

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**



ISO 9001:2008

NGUYỄN THỊ NGỌC BÍCH

**LUẬN VĂN THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Hải Phòng - 2017

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

NGUYỄN THỊ NGỌC BÍCH

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA
VNPT HẢI PHÒNG

LUẬN VĂN THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

MÃ SỐ: 60 34 01 02

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

TS. Hoàng Chí Cương

LỜI CẢM ƠN

Với tình cảm chân thành, tác giả trân trọng cảm ơn các thầy giáo, cô giáo Khoa Quản trị Kinh doanh trường Đại học Dân lập Hải Phòng đã giảng dạy, hướng dẫn, giúp đỡ nhiệt tình, trách nhiệm, tạo mọi điều kiện tốt nhất cho tác giả trong quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thiện Luận văn của mình.

Đặc biệt, tác giả xin được bày tỏ lòng kính trọng và biết ơn sâu sắc đến giáo viên hướng dẫn **TS. Hoàng Chí Cường**, người đã tận tình chỉ bảo và hướng dẫn tác giả trong suốt quá trình nghiên cứu để hoàn thành Luận văn này.

Bên cạnh đó, tác giả cũng xin cảm ơn Ban lãnh đạo VNPT Hải Phòng, phòng KHKT, phòng Nhân sự của VNPT Hải Phòng đã tạo điều kiện, cung cấp số liệu để tác giả có thể hoàn thành luận văn.

Với tất cả sự tâm huyết và cố gắng trong quá trình nghiên cứu đề tài, song do trình độ, hiểu biết và thời gian nghiên cứu có hạn nên Luận văn khó tránh khỏi những thiếu sót, tồn tại. Tác giả kính mong nhận được sự góp ý, chỉ bảo của các thầy giáo, cô giáo, cùng ý kiến đóng góp quý báu của các bạn đồng nghiệp và bạn đọc để Luận văn được hoàn thiện hơn.

LỜI CAM ĐOAN

Tôi, **Nguyễn Thị Ngọc Bích**, tác giả luận văn Thạc sĩ “*Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của VNPT Hải Phòng*”, xin cam đoan Luận văn này là công trình nghiên cứu của bản thân tác giả. Các thông tin trong Luận văn là chính xác, trung thực và được trích dẫn đầy đủ.

Hải Phòng, ngày 28 tháng 10 năm 2017

Học viên

Nguyễn Thị Ngọc Bích

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP	16
1.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.....	16
1.2. Ý nghĩa và nhiệm vụ phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp ..	19
1.2.1. Ý nghĩa	20
1.2.2. Nhiệm vụ phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp	20
1.3. Các phương pháp phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.....	21
1.3.1. Phương pháp so sánh.....	22
1.3.2. Phương pháp loại trừ.....	22
1.4. Các nhân tố ảnh hưởng.....	23
1.4.1. Môi trường vi mô của doanh nghiệp.....	23
1.4.2. Môi trường vĩ mô của doanh nghiệp.....	26
1.5. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh	29
1.5.1. Yêu cầu đối với chỉ tiêu	29
1.5.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh	30
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA VNPT HẢI PHÒNG TỪ NĂM 2013 – NĂM 2016	36
2.1. Quá trình hình thành và phát triển của VNPT Hải Phòng	36
2.1.1. Chức năng, nhiệm vụ của VNPT Hải Phòng	36
2.1.2. Công nghệ sử dụng.....	38
2.1.3. Sơ đồ bộ máy tổ chức của VNPT Hải Phòng	40
2.2. Đặc điểm hoạt động sản xuất kinh doanh của VNPT Hải Phòng thời gian gần đây	40
2.2.1. Kết quả hoạt động kinh doanh của VNPT Hải Phòng	40
2.2.2. Thuận lợi và khó khăn.....	43

2.3. Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của VNPT Hải Phòng thời gian qua	45
2.3.1. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh tổng hợp của doanh nghiệp.....	45
2.3.2. Phân tích các chỉ tiêu sử dụng tài sản	47
2.3.3. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu.....	53
2.3.4. Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí	56
2.3.5. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động.....	59
2.3.6. Phân tích một số chỉ tiêu tài chính.....	66
2.4. Đánh giá hiệu quả kinh doanh tại VNPT Hải Phòng	72
2.4.1. Những kết quả đạt được	72
2.4.2. Hạn chế.....	74
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI VNPT HẢI PHÒNG TRONG THỜI GIAN TỚI	77
3.1. Định hướng phát triển của VNPT Hải Phòng trong thời gian tới.....	77
3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh chp VNPT Hải Phòng thời gian tới	78
3.2.1. Quản lý và sử dụng chi phí hợp lý	78
3.2.2. Biện pháp gia tăng doanh thu.....	82
3.2.3. Một số giải pháp khác	84
KẾT LUẬN	95

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

DTT	Doanh thu thuần
NVL	Nguyên vật liệu
TCF	Tổng chi phí
TSDH	Tài sản dài hạn
TSNH	Tài sản ngắn hạn
TSLD	Tổng số lao động
LNST	Lợi nhuận sau thuế
VCSH	Vốn chủ sở hữu
TSBQ	Tài sản bình quân
HTK	Hàng tồn kho
CNV	Công nhân viên
HP	Hải Phòng
KD	Kinh doanh

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức quản lý - SXKD của VTHP	40
--	-----------

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của VNPT Hải Phòng	42
Bảng 2.2: Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng vốn của VTHP	45
Bảng 2.3: Một số chỉ số về hiệu quả sử dụng tài sản	48
Bảng 2.4: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu	56
Bảng 2.5: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng chi phí	59
Bảng 2.6: Cơ cấu lao động của công ty	62
Bảng 2.7: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng lao động	65
Bảng 2.8: Một số chỉ tiêu tài chính của doanh nghiệp	69
Bảng 3.1: Giá dây thuê bao của một số nhà cung cấp	81
Bảng 3.2: Giá thiết bị Gpon của một số nhà cung cấp	81
Bảng 3.4: Bảng dự kiến chi phí KM tặng quà cho KH	85
Bảng 3.5: Bảng dự kiến chi phí chăm sóc khách hàng	85
Bảng 3.6: Bảng dự kiến chi phí làm biển quảng cáo	86
Bảng 3.7: Bảng dự kiến chi phí thuê và đặt biển quảng cáo	86
Bảng 3.8: Bảng dự kiến chi phí thuê làm clip và quảng cáo trên truyền hình Hải Phòng	86
Bảng 3.9: Bảng tổng hợp chi phí QC, KM dự kiến chi	87
Bảng 3.10: Dự kiến phân bổ doanh thu	87
Bảng 3.11: Dự kiến kết quả thực hiện biện pháp gia tăng doanh thu	87

MỞ ĐẦU

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là một trong những mục tiêu quan trọng của các doanh nghiệp, đặc biệt trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập kinh tế quốc tế và cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường. Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cũng là một trong những mục tiêu và yêu cầu cấp thiết của VNPT Hải Phòng nhằm duy trì, phát triển và khẳng định vị thế doanh nghiệp trong kinh doanh. Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là một đề tài không mới, nó được đề cập trong nhiều luận văn đại học và cao học của sinh viên và học viên. Tuy nhiên, tại VNPT Hải Phòng thời gian qua chưa có nghiên cứu/luận văn nào đánh giá thực trạng hiệu quả kinh doanh của đơn vị. Xuất phát từ thực tế đó nên em đã mạnh dạn lựa chọn đề tài “Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của VNPT Hải Phòng” làm đề tài Luận văn tốt nghiệp cho mình.

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế mang lại cả những cơ hội kinh doanh mới cũng như thách thức đe dọa sự tồn tại của doanh nghiệp. Nâng cao hiệu quả kinh doanh luôn là mối quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp. Có nâng cao hiệu quả kinh doanh thì doanh nghiệp mới tồn tại và phát triển, qua đó mở rộng sản xuất, nâng cao đời sống cán bộ nhân viên và tạo được sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.

Vấn đề nâng cao hiệu quả kinh doanh là bài toán khó với nhiều doanh nghiệp. Có nhiều nguyên nhân ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh như: hạn chế trong công tác quản lý, hạn chế trong năng lực sản xuất hay kém thích ứng với sự biến đổi trong nhu cầu của thị trường...Do đó các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh ngày càng được các doanh nghiệp chú trọng. Có hai cách thức chính để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh đó là tiết kiệm chi phí đầu

vào hoặc gia tăng lợi nhuận từ đầu ra, đạt được khi doanh nghiệp tối ưu hóa quản trị và hệ thống sản xuất-kinh doanh.

VNPT Hải Phòng là đơn vị thành viên thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam VNPT, được thành lập ngày 06-1-2007, VNPT Hải Phòng có tư cách pháp nhân, chịu trách nhiệm trực tiếp trước pháp luật trong phạm vi quyền hạn và nhiệm vụ của mình. VNPT Hải Phòng được Tập đoàn giao nhiệm vụ phát triển những sản phẩm dịch vụ chất lượng nhất trên nền tảng công nghệ thông tin viễn thông mà tập đoàn đang sở hữu trên địa bàn Hải Phòng. VNPT Hải Phòng có đội ngũ cán bộ nhân viên luôn làm việc tận tụy, không ngừng hoàn thiện kỹ năng, trình độ để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng một cách nhanh chóng, chính xác, xứng đáng với khẩu hiệu vàng “Trung thành, Dũng cảm, Tận tụy, Sáng tạo, Nghĩa tình”. Tuy nhiên VNPT Hải Phòng đang vấp phải sự cạnh tranh gay gắt với các đối thủ trên địa bàn như Viettel, Mobile phone, Singtel, FPT, v.v... cũng như bộc lộ những hạn chế như dịch vụ chăm sóc khách hàng còn hạn chế, nhân sự già hóa, quản lý chi phí chưa hiệu quả, v.v... Vậy làm thế nào để nâng cao được hiệu quả sản xuất kinh doanh, nâng cao vị thế và năng lực cạnh tranh cho VNPT thời gian tới? Luận văn này sẽ tìm câu trả lời cho các câu hỏi trên.

2. Tổng quan nghiên cứu

Nâng cao hiệu quả kinh doanh đã được đề cập trong nhiều nghiên cứu trước đây của các tác giả trong và ngoài nước. Chẳng hạn trong nghiên cứu của mình tác giả Trần Quyết Tiến (2013) đã nghiên cứu và đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Xây dựng và Thương mại 423. Trong đó tác giả đi sâu vào việc làm sao để tăng doanh thu, giảm chi phí, nâng cao hiệu quả sử dụng lao động, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn tại Công ty này. Theo tác giả, các biện pháp trên sẽ có tác động trực tiếp và trong dài hạn sẽ nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty

này.[1] Cũng về đề tài này, tác giả Trương Thanh Tú (2010) đã nghiên cứu và đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh dịch vụ trên mạng điện thoại cố định của VNPT Hà Nội. Tác giả chú trọng vào việc đưa ra các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh trên mạng cố định hữu tuyến, nhằm giữ chân khách hàng hiện tại, thu hút khách hàng mới, đồng thời làm tăng doanh thu cho nhà cung cấp dịch vụ. Tất cả các giải pháp này nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh chung cho đơn vị.[2] Tác giả Võ Viết Chương (2015) lại tập trung vào việc nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hà Tĩnh. Tác giả Chương cũng chú trọng việc đưa ra các giải pháp phát triển mạng lưới và nâng cao hoạt động Marketing, đa dạng hóa nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, nâng cao chất lượng tín dụng giảm thiểu rủi ro góp phần tăng hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.[3] Gần đây tác giả Đoàn Thị Nhật Hồng (2014) đưa ra một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty Cổ phần SIMCO Sông Đà. Tác giả đề xuất Công ty Cổ phần Sông Đà nên hoàn thiện cơ cấu nguồn vốn và sử dụng chi phí hợp lý, nâng cao trình độ, năng lực đội ngũ nhân lực, nâng cao chất lượng thiết bị - công nghệ tất cả đều góp phần nâng cao hiệu quả của đơn vị trong thời gian tới.[4] Tác giả Lê Thị Hoa (2016) lại nghiên cứu vấn đề nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty TNHH Tâm Chiến. Tác giả cho rằng việc áp dụng các biện pháp sử dụng tiết kiệm chi phí, hợp lý và hiệu quả các nhân tố đầu vào và việc khảo sát mở rộng thị trường, đẩy mạnh tiêu thụ sẽ giúp công ty thành công hơn trong tương lai. Đây cũng là yếu tố giúp tăng hiệu quả kinh doanh của Công ty.[5]

Nhìn chung các nghiên cứu trên đã đạt được những kết quả nhất định như đưa ra được hệ thống lý luận về mảng mình nghiên cứu, phân tích được thực trạng sử dụng, quản trị, và hiệu quả kinh doanh tại đơn vị, doanh nghiệp cũng như đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao được hiệu quả sử dụng nhân

lực cho đơn vị/doanh nghiệp mình. Các nhóm giải pháp tập trung vào việc hoàn thiện quản lý chi phí, tiết kiệm chi phí đầu vào, tăng doanh thu,...

Tại VNPT Hải Phòng, những năm qua cũng đã có một số nghiên cứu về doanh nghiệp, tuy nhiên các nghiên cứu này tập trung vào việc mở rộng thị trường hoặc phân tích nhằm đưa ra giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh trong thời gian tới mà chưa có nghiên cứu nào phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh cho đơn vị. Do đó, tác giả đã lựa chọn nghiên cứu này với mong muốn đóng góp phần nhỏ bé cho Công ty bằng việc phân tích và đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho VNPT Hải Phòng thời gian tới.

3. Mục đích nghiên cứu

Với mong muốn vận dụng những kiến thức đã học vào thực tế, mục đích nghiên cứu của luận văn này là vận dụng lý luận vào thực tiễn để nâng cao hiệu quả kinh doanh của VNPT Hải Phòng (Viễn thông Hải Phòng). Cụ thể, luận văn sẽ:

- Nêu cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh.
- Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh, thực trạng nguồn lực tại VNPT Hải Phòng thời gian qua nhằm có căn cứ đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho đơn vị thời gian tới.
- Đưa ra một số giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Viễn thông Hải Phòng trong thời gian tới.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: VNPT HP và các Doanh nghiệp VT-CNTT trên địa bàn TP. Hải Phòng.
- Phạm vi nghiên cứu:

+ Về không gian: VNPT Hải Phòng.

+ Về thời gian: đề tài nghiên cứu thực trạng hoạt động của VNPT Hải Phòng giai đoạn 2013 - 2016.

5. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp thu thập tài liệu: tập hợp các tài liệu sẵn có đã thu thập từ Tập đoàn VNPT, VNPT Hải Phòng, các Doanh nghiệp VT-CNTT khác trên địa bàn Hải Phòng, từ các công trình nghiên cứu, các bài báo, tạp chí, các trang website liên quan để đề tài...

- Phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp, đánh giá: phương pháp này được sử dụng để phân tích thực trạng hoạt động tại VNPT Hải Phòng thời gian qua.

6. Dự kiến đóng góp của luận văn

- Nêu được cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh.

- Phân tích được thực trạng hoạt động của VNPT Hải Phòng thời gian qua.

- Đưa ra được một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh trong thời gian tới cho VNPT Hải Phòng.

7. Kết cấu của luận văn

Luận văn bao gồm 3 chương chính:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Chương 2: Thực trạng hiệu quả sản xuất kinh doanh của VNPT Hải Phòng thời gian qua

Chương 3: Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại VNPT Hải Phòng thời gian tới

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

“Hiệu quả kinh doanh là một vấn đề được các nhà kinh tế và quản lý kinh tế rất quan tâm. Mọi hoạt động kinh doanh của bất kỳ doanh nghiệp nào cũng đều hướng tới mục tiêu hiệu quả. Các doanh nghiệp đều có mục đích chung là làm thế nào để một đồng vốn bỏ vào kinh doanh mang lại hiệu quả cao nhất, khả năng sinh lời nhiều nhất. Vậy hiệu quả kinh doanh là gì?”.[6]

“Có tác giả cho rằng: hiệu quả kinh doanh là kết quả thu được trong hoạt động kinh doanh, là doanh thu tiêu thụ hàng hoá. Quan điểm này đến nay không còn phù hợp nữa. Trước hết, quan điểm này đã đồng nhất hiệu quả kinh doanh với kết quả kinh doanh. Theo quan điểm này, chi phí kinh doanh không được đề cập đến do vậy nếu kết quả thu được trong hai kỳ kinh doanh như nhau thì hoạt động kinh doanh ở hai kỳ kinh doanh ấy cùng đạt được một mức hiệu quả. Mặt khác, thực tế cho thấy, doanh thu của doanh nghiệp có thể tăng lên nếu chi phí cho đầu tư các nguồn lực đưa vào kinh doanh tăng lên và do đó nếu tốc độ tăng của doanh thu nhỏ hơn tốc độ tăng của chi phí thì trong một số trường hợp, lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ bị âm, doanh nghiệp bị thua lỗ”.[6]

“Có tác giả lại cho rằng: hiệu quả kinh doanh chính là phần chênh lệch tuyệt đối giữa kết quả thu được và chi phí bỏ ra để có được kết quả đó. Quan điểm này đã gắn kết được kết quả thu được với chi phí bỏ ra, coi hiệu quả kinh doanh là sự phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (các chi phí). Tuy nhiên, kết quả và chi phí là những đại lượng luôn vận động vì vậy quan điểm này còn bộc lộ nhiều hạn chế do chưa biểu hiện được mối tương quan về lượng và chất giữa kết quả và chi phí”.[6]

“Có tác giả lại định nghĩa: hiệu quả kinh doanh là đại lượng được đo bằng thương số giữa phần tăng thêm của kết quả thu được với phần tăng thêm của chi phí. Theo quan điểm này, hiệu quả kinh doanh được xem xét thông qua các chỉ tiêu tương đối. Khắc phục được hạn chế của các quan điểm trước đó, quan điểm này đã phản ánh mối tương quan giữa kết quả thu được với chi phí bỏ ra, phản ánh sự vận động của kết quả kinh doanh và chi phí kinh doanh, đặc biệt phản ánh được sự tiến bộ của hoạt động kinh doanh trong kỳ thực hiện so với các kỳ trước đó. Tuy vậy, nhược điểm lớn nhất của định nghĩa này là doanh nghiệp không đánh giá được hiệu quả kinh doanh trong kỳ thực hiện do không xét đến mức độ tuyệt đối của kết quả kinh doanh và chi phí kinh doanh. Theo đó, phần tăng của doanh thu có thể lớn hơn rất nhiều so với phần tăng của chi phí nhưng chưa thể kết luận rằng doanh nghiệp thu được lợi nhuận”.**[6]**

“Có tác giả lại khẳng định: hiệu quả kinh doanh phải phản ánh được trình độ sử dụng các nguồn lực được sử dụng trong lĩnh vực kinh doanh. Quan điểm này đã chú ý đến sự vận động của kết quả kinh doanh và chi phí kinh doanh, mối quan hệ giữa kết quả thu được với chi phí bỏ ra để thu được kết quả đó. Mặc dù vậy, tác giả đưa ra quan điểm này chưa chỉ ra hiệu quả kinh doanh được đánh giá thông qua chỉ tiêu tuyệt đối hay tương đối”.**[6]**

Mỗi quan điểm về hiệu quả kinh doanh đều chứa đựng những ưu nhược điểm và chưa hoàn chỉnh.

“Từ định nghĩa về hiệu quả sản xuất kinh doanh như trên ta có thể hiểu: Thực chất của hiệu quả kinh doanh là sự so sánh giữa các kết quả đầu ra với các yếu tố đầu vào của một tổ chức kinh tế được xét trong một kỳ nhất định, tùy theo yêu cầu của các nhà quản trị kinh doanh. Các chỉ tiêu tài chính phản ánh hiệu quả kinh doanh là cơ sở khoa học để đánh giá trình độ của các nhà quản lý, căn cứ đưa ra quyết định trong tương lai. Song độ chính xác của thông tin từ

các chỉ tiêu hiệu quả phân tích phụ thuộc vào nguồn số liệu, thời gian và không gian phân tích”.[5]

“Sự so sánh giữa kết quả đầu ra so với các yếu tố đầu vào được tính theo công thức:

Về mặt so sánh tuyệt đối:

Hiệu quả sản xuất kinh doanh = Kết quả đạt được - Chi phí bỏ ra để sử dụng các nguồn lực đầu vào

Về so sánh tương đối:

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \frac{\text{Kết quả đầu ra}}{\text{Chi phí đầu vào}}$$

Công thức trên phản ánh cứ 1 đồng chi phí đầu vào (vốn, nhân công, nguyên vật liệu, máy móc thiết bị...) thì tạo ra bao nhiêu đồng kết quả đầu ra như doanh thu, lợi nhuận... Trong một kỳ kinh doanh, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp càng tốt.

Kết quả đầu ra, yếu tố đầu vào có thể đo bằng thước đo hiện vật, thước đo giá trị tùy theo mục đích của việc phân tích. Kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp có thể là những đại lượng có khả năng cân, đo, đong, đếm được như số sản phẩm tiêu thụ mỗi loại, doanh thu bán hàng, lợi nhuận, thị phần... Như vậy kết quả sản xuất kinh doanh thường là mục tiêu của doanh nghiệp. Các đơn vị cụ thể được sử dụng tùy thuộc vào đặc trưng của sản phẩm mà quá trình kinh doanh tạo ra, nó có thể là tấn, tạ, kg, m³, lít... Các đơn vị giá trị có thể là đồng, triệu đồng, ngoại tệ...Kết quả cũng có thể phản ánh mặt chất lượng của sản xuất kinh doanh hoàn toàn định tính như uy tín, danh tiếng của doanh nghiệp, chất lượng sản phẩm...”[5]

Dựa vào Bảng cân đối kế toán, các chỉ tiêu yếu tố đầu vào bao gồm: Tổng tài sản bình quân, tổng nguồn vốn chủ sở hữu bình quân, tổng tài sản dài hạn

bình quân, tổng tài sản ngắn hạn bình quân. Hoặc chi phí, giá vốn hàng bán, chi phí hoạt động trên báo cáo kết quả kinh doanh.

Dựa vào Báo cáo kết quả kinh doanh, các chỉ tiêu kết quả đầu ra bao gồm: Tổng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ, lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ, tổng lợi nhuận kế toán trước thuế, lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp.

Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh thường thể hiện một kỳ phân tích, do vậy số liệu dùng để phân tích các chỉ tiêu này cũng là kết quả của một kỳ phân tích. Nhưng tùy theo mục tiêu của việc phân tích và nguồn số liệu sẵn có, khi phân tích có thể tổng hợp các số liệu từ thông tin kế toán tài chính và kế toán quản trị khi đó các chỉ tiêu phân tích mới đảm bảo chính xác và ý nghĩa.

Để đánh giá chính xác chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh cần được xem xét trong mối quan hệ với hiệu quả xã hội và quan điểm về hiệu quả. Hiệu quả xã hội phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực nhằm đạt được các mục tiêu về xã hội nhất định. Các mục tiêu xã hội thường là: Giải quyết công ăn việc làm cho người lao động, nâng cao trình độ văn hoá, nâng cao mức sống, đảm bảo vệ sinh môi trường.... Còn hiệu quả kinh tế như đã được khái niệm ở phần trên; với bản chất của nó, hiệu quả kinh tế là phạm trù phải được quan tâm nghiên cứu ở các hai giác độ vĩ mô và vi mô. Cũng vì vậy, nếu xét ở phạm vi nghiên cứu, chúng ta có hiệu quả kinh tế của toàn bộ nền kinh tế quốc dân, hiệu quả kinh tế ngành, hiệu quả kinh tế vùng lãnh thổ và hiệu quả kinh tế hoạt động sản xuất kinh doanh. Muốn đạt được hiệu quả kinh tế quốc dân, hiệu quả kinh tế ngành cũng như hiệu quả kinh tế vùng lãnh thổ cao, vai trò điều tiết vĩ mô là cực kỳ quan trọng. Trong phạm vi nghiên cứu ở chương này, chúng ta chỉ quan tâm tới hiệu quả kinh tế của hoạt động sản xuất kinh doanh.

1.2. Ý nghĩa và nhiệm vụ phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

1.2.1. Ý nghĩa

“Hiệu quả kinh doanh thể hiện sự tương quan giữa kết quả đầu ra với các nguồn lực đầu vào sử dụng trong quá trình hoạt động kinh doanh của DN. Để đạt hiệu quả kinh doanh cao DN cần tối đa hóa các kết quả đầu ra trong điều kiện các nguồn lực hạn chế của mình.

Phân tích hiệu quả kinh doanh giúp các đối tượng quan tâm đo lường khả năng sinh lời của DN, đây là yếu tố quyết định tới tiềm lực tài chính trong dài hạn – một trong những mục tiêu quan trọng của hoạt động kinh doanh.

Phân tích hiệu quả kinh doanh cũng giúp các đối tượng quan tâm đo lường hiệu quả quản lý hoạt động kinh doanh của DN. Kết quả đầu ra của quá trình hoạt động kinh doanh phụ thuộc rất lớn vào năng lực, kỹ năng, sự tài tình và động lực của các nhà quản trị.

Các nhà quản trị chịu trách nhiệm về hoạt động của DN, ra các quyết định về tài chính, đầu tư và kinh doanh, xây dựng và thực hiện các chiến lược kinh doanh của DN. Sự thành công hay thất bại trong việc điều hành hoạt động của DN được thể hiện trực tiếp qua việc phân tích hiệu quả kinh doanh.

Phân tích hiệu quả kinh doanh còn hữu ích trong việc lập kế hoạch và kiểm soát hoạt động của DN. Hiệu quả kinh doanh được phân tích dưới các góc độ khác nhau và được tổng hợp từ hiệu quả hoạt động của từng bộ phận trong DN nên sẽ là cơ sở để đánh giá và điều chỉnh các hoạt động, các bộ phận cụ thể trong DN và lập kế hoạch kinh doanh theo đúng mục tiêu chiến lược cho các kì tiếp theo”. [7]

1.2.2. Nhiệm vụ phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Để tiến hành bất kỳ một hoạt động sản xuất kinh doanh nào cũng đều phải tập hợp các phương tiện vật chất cũng như con người và thực hiện sự kết hợp

giữa lao động với các yếu tố vật chất để tạo ra kết quả phù hợp với ý đồ của doanh nghiệp và từ đó có thể tạo ra lợi nhuận. Như vậy, mục tiêu bao trùm lâu dài của kinh doanh là tạo ra lợi nhuận, tối đa hóa lợi nhuận trên cơ sở những nguồn lực sản xuất sẵn có. Để đạt được mục tiêu này, quản trị doanh nghiệp phải sử dụng nhiều phương pháp khác nhau. Hiệu quả kinh doanh là một trong các công cụ để các nhà quản trị thực hiện chức năng quản trị của mình.

Do vậy xét trên phương diện lý luận và thực tiễn thì hiệu quả sản xuất kinh doanh đóng vai trò rất quan trọng và không thể thiếu được trong việc kiểm tra đánh giá và phân tích nhằm đưa ra các giải pháp tối ưu nhất, lựa chọn được các phương pháp hợp lý nhất để thực hiện các mục tiêu đã đề ra của doanh nghiệp.

Ngoài ra, với các nhà quản trị khi nói đến các hoạt động sản xuất kinh doanh thì họ đều quan tâm đến tính hiệu quả của nó, do đó mà hiệu quả sản xuất kinh doanh có vai trò là công cụ để thực hiện nhiệm vụ quản trị kinh doanh đồng thời vừa là mục tiêu để quản trị kinh doanh.

Xuất phát từ mục tiêu và nhu cầu quản trị của các nhà quản lý, khi phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh cần phải xây dựng chỉ tiêu và hệ thống chỉ tiêu cho phù hợp nhằm cung cấp các thông tin chính xác cho các đối tượng để đưa ra các quyết định phù hợp. Nhiệm vụ phân tích hiệu quả kinh doanh được xét trên mọi góc độ như phân tích hiệu quả sử dụng tài sản, hiệu quả sử dụng nguồn vốn, hiệu quả sử dụng chi phí... Tùy theo mục tiêu của các nhà quản trị kinh doanh có thể phân tích chi tiết, đánh giá khái quát, sau đó tổng hợp để đưa ra các nhận xét.

1.3. Các phương pháp phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Để phân tích xu hướng và mức ảnh hưởng của từng nhân tố đến từng chỉ tiêu hiệu quả cần phân tích. Trong cuốn luận văn này em sử dụng phương pháp so sánh và phân tích thống kê.

1.3.1. Phương pháp so sánh

Phương pháp này được sử dụng trong phân tích để xác định xu hướng, mức độ biến động của từng chỉ tiêu.

Để sử dụng phương pháp này cần xác định các vấn đề cơ bản sau:

- Khi nghiên cứu nhịp độ biến động của tốc độ tăng trưởng của các chỉ tiêu, số gốc để so sánh là chỉ tiêu thời kì trước.
- Khi nghiên cứu nhịp điệu thực hiện nhiệm vụ kinh doanh trong từng thời gian một năm thường so sánh với cùng kì năm trước.
- Khi đánh giá mức độ biến động so với các chỉ tiêu đã dự kiến, trị số thực tế sẽ so sánh với mục tiêu.

1.3.2. Phương pháp phân tích thống kê

Phân tích thống kê là nêu ra một cách tổng hợp bản chất cụ thể của cá hiện tượng và quá trình kinh tế xã hội trong điều kiện lịch sử nhất định qua biểu hiện bằng số lượng. Nói cụ thể phân tích thống kê là xác định mức độ nêu lên sự biến động biểu hiện tính chất và trình độ chặt chẽ của mối liên hệ hiện tượng. Phân tích thống kê phải lấy con số thống kê làm tư liệu, lấy các phương pháp thống kê làm công cụ nghiên cứu.

Phân tích thống kê có ý nghĩa quan trọng trong quá trình quản lý kinh tế. Nhờ có lý luận và phương pháp phong phú mà thống kê có thể vạch ra nguyên nhân của việc hoàn thành kế hoạch và các quyết định quản lý ; phân tích ảnh hưởng của các nhân tố đến việc sử dụng nguồn ực, xác định các mối liên hệ, các tính quy luật chung của hệ thống.

1.4. Các nhân tố ảnh hưởng

1.4.1. Môi trường vi mô của doanh nghiệp

Nhân tố vốn

Đây là nhân tố có ý nghĩa vô cùng quan trọng, quyết định trực tiếp tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Không một doanh nghiệp nào có thể tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh mà không có vốn.

Vốn trong doanh nghiệp được hình thành từ 3 nguồn chính: Vốn tự có, vốn ngân sách nhà nước cấp và vốn vay: được phân bổ dưới hai hình thức là vốn cố định và vốn lưu động. Tùy đặc điểm của từng doanh nghiệp, doanh nghiệp nhà nước thì vốn ngân sách nhà nước cấp là chủ yếu, doanh nghiệp tư nhân vốn chủ sở hữu và vốn vay là chủ yếu.

Yếu tố vốn là chủ chốt quyết định đến quy mô của doanh nghiệp và quy mô có cơ hội có thể khai thác. Nó phản ánh sự phát triển của doanh nghiệp và là sự đánh giá về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong kinh doanh.

Con người

“Con người là nhân tố quyết định cho mọi hoạt động trong doanh nghiệp. Trong thời đại ngày nay thời đại của khoa học công nghệ, hàm lượng chất xám sản phẩm ngày càng cao thì trình độ chuyên môn của người lao động có ảnh hưởng rất lớn tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Nhất là các cán bộ quản lý. Họ là những lao động gián tiếp tạo ra sản phẩm nhưng lại rất quan trọng bởi họ là những người điều hành và định hướng cho doanh nghiệp, quyết định sự thành bại của doanh nghiệp. Trên thực tế, mỗi một doanh nghiệp có một cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý khác nhau, trình độ chuyên môn của công nhân cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả sản xuất kinh doanh. Công nhân có tay nghề cao sẽ làm ra sản phẩm đạt chất lượng cao, tiết kiệm thời gian và nguyên vật

liệu, làm tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy, trong nhân tố con người trình độ chuyên môn có ý nghĩa quyết định tới hiệu quả sản xuất kinh doanh”. [8]

“Điều đó đòi hỏi doanh nghiệp phải có kế hoạch tỉ mỉ từ khâu tuyển dụng tới việc đào tạo bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn cho người lao động, nhất là đội ngũ các cán bộ quản lý”. [8]

Chính vì vậy nên nhiệm vụ hàng đầu của nhiều doanh nghiệp hiện nay là chăm lo việc đào tạo, bồi dưỡng và nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ lao động. Thực tế cho thấy những doanh nghiệp mạnh trên thị trường thế giới là những doanh nghiệp có đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn cao, có tác phong làm việc khoa học và có kỷ luật nghiêm minh.

Trình độ kỹ thuật công nghệ

Kỹ thuật và công nghệ là nhân tố ảnh hưởng trực tiếp tới mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp nào áp dụng kỹ thuật và công nghệ tiên tiến, doanh nghiệp đó sẽ có lợi thế cạnh tranh. Ngày nay vai trò của kỹ thuật và công nghệ được các doanh nghiệp đánh giá cao. Để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, các doanh nghiệp phải không ngừng đầu tư vào lĩnh vực này, nhất là đầu tư cho nghiên cứu và phát triển.

“Căn cứ vào các đặc trưng của công nghệ cũng như nhu cầu cần thiết của việc đổi mới công nghệ thì mục đích chính và quan trọng nhất của đổi mới công nghệ là nhằm đạt hiệu quả kinh tế cao, duy trì và phát triển doanh nghiệp ngày càng đi lên. Mục đích đổi mới công nghệ cần phải tập chung là:

- Tạo lợi nhuận siêu ngạch, đạt năng suất cao trong sản xuất kinh doanh.
- Tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp về chất lượng, sản phẩm, thông qua chiến lược sản phẩm trên cơ chế thị trường.

- Tăng năng suất lao động, tạo ra hiệu quả cao cho các doanh nghiệp
- Góp phần vào việc thực hiện tốt chủ trương của nhà nước về hiện đại hóa, công nghiệp hóa trong các doanh nghiệp phù hợp với xu hướng chung của cả nước”.[5]

Một lần nữa chúng ta khẳng định công nghệ là yếu tố quyết định cho sự phát triển của sản xuất kinh doanh, là cơ sở để doanh nghiệp khẳng định vị trí của mình trên thương trường.

Trình độ quản trị doanh nghiệp và trình độ quản lý sản xuất

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh hiện tại, nhân tố này đóng vai trò quan trọng đối với việc nâng cao hiệu quả và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

“Quản trị doanh nghiệp chú trọng đến việc xác định cho doanh nghiệp một hướng đi đúng đắn trong một môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Chất lượng của chiến lược kinh doanh là nhân tố đầu tiên và quan trọng nhất quyết định sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp. Đội ngũ các nhà quản trị mà đặc biệt là các nhà quản trị cao cấp lãnh đạo doanh nghiệp bằng phẩm chất và tài năng của mình có vai trò quan trọng bậc nhất, ảnh hưởng có tính chất quyết định đến sự thành đạt của một doanh nghiệp”.[8]

Kết quả và hiệu quả hoạt động của quản trị doanh nghiệp đều phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp, việc xác định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận, cá nhân và thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức đó. Người đứng đầu doanh nghiệp có nhiệm vụ:

- Hướng và dẫn dắt doanh nghiệp thực hiện được mục tiêu doanh nghiệp đề ra.

- Xây dựng doanh nghiệp thành một khối đoàn kết, thống nhất, sang tạo, chuyên nghiệp đạt hiệu quả kinh doanh cao.

Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin

“Thông tin được coi là một hàng hoá, là đối tượng kinh doanh và nền kinh tế thị trường hiện nay được coi là nền kinh tế thông tin hoá. Để đạt được thành công khi kinh doanh trong điều kiện cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp cần nhiều thông tin chính xác về cung cầu thị trường hàng hoá, về công nghệ kỹ thuật, về người mua, về các đối thủ cạnh tranh... Ngoài ra, doanh nghiệp còn rất cần đến các thông tin về kinh nghiệm thành công hay thất bại của các doanh nghiệp khác ở trong nước và quốc tế, cần biết các thông tin về các thay đổi trong các chính sách kinh tế của Nhà nước và các nước khác có liên quan”. [8]

Trong kinh doanh biết mình, biết người và nhất là hiểu rõ được các đối thủ cạnh tranh thì mới có đối sách giành thắng lợi trong cạnh tranh, có chính sách phát triển mối quan hệ hợp tác, hỗ trợ lẫn nhau.

Kinh nghiệm thành công của nhiều doanh nghiệp nắm được các thông tin cần thiết và biết sử lý sử dụng các thông tin đó kịp thời là một điều kiện quan trọng để ra các quyết định kinh doanh có hiệu quả cao. Những thông tin chính xác được cung cấp kịp thời sẽ là cơ sở vững chắc để doanh nghiệp xác định phương hướng kinh doanh, xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn.

1.4.2. Môi trường vĩ mô của doanh nghiệp

Môi trường chính trị - pháp luật

“Các yếu tố thuộc môi trường chính trị - pháp luật chi phối mạnh mẽ đến quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Sự ổn định chính trị được xác định là một trong những tiền đề quan trọng cho hoạt động sản xuất

kinh doanh của doanh nghiệp. Sự thay đổi của môi trường chính trị có thể ảnh hưởng có lợi cho một nhóm doanh nghiệp này nhưng lại kìm hãm sự phát triển của nhóm doanh nghiệp khác hoặc ngược lại”.[5]

“Hệ thống pháp luật hoàn thiện, không thiên vị là một trong những tiền đề ngoài kinh tế của kinh doanh. Mức độ hoàn thiện, sự thay đổi và thực thi pháp luật trong nền kinh tế có ảnh hưởng lớn đến việc hoạch định và tổ chức thực hiện chiến lược sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Môi trường này có tác động trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi vì môi trường pháp luật ảnh hưởng đến mặt hàng sản xuất ngành nghề, phương thức kinh doanh... của doanh nghiệp. Không những thế nó còn tác động đến chi phí của doanh nghiệp cũng như là chi phí lưu thông chi phí vận chuyển, mức độ về thuế.... Đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu”.[5]

Tóm lại môi trường chính trị - pháp luật có ảnh hưởng rất lớn đến việc nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp bằng cách tác động đến hoạt động của doanh nghiệp qua hệ thống công cụ pháp luật, công cụ vĩ mô

Môi trường kinh tế

Các doanh nghiệp cần chú ý đến các yếu tố kinh tế cả trong ngắn hạn, dài hạn và sự can thiệp của chính phủ tới nền kinh tế. Thông thường các doanh nghiệp sẽ dựa trên yếu tố kinh tế để quyết định đầu tư vào các ngành, các khu vực.

+ Tình trạng của nền kinh tế: bất cứ nền kinh tế nào cũng có chu kỳ, trong mỗi giai đoạn nhất định của chu kỳ nền kinh tế, doanh nghiệp sẽ có những quyết định phù hợp cho riêng mình.

+ Các yếu tố tác động đến nền kinh tế: lãi suất, lạm phát,

+ Các chính sách kinh tế của chính phủ: luật tiền lương cơ bản, các chiến lược phát triển kinh tế của chính phủ, các chính sách ưu đãi cho các ngành: giảm thuế, trợ cấp, ...

+ Triển vọng kinh tế trong tương lai: Tốc độ tăng trưởng, mức gia tăng GDP, tỉ suất GDP trên vốn đầu tư...

Môi trường tự nhiên

“Nhân tố ảnh hưởng của môi trường tự nhiên bao gồm những nhân tố chính như: thời tiết, khí hậu, mùa vụ, tài nguyên thiên nhiên, vị trí địa lý,...”. [5]

Cơ sở hạ tầng

“Các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng như: Hệ thống đường giao thông, hệ thống thông tin liên lạc, điện nước... đều là những nhân tố tác động mạnh mẽ đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp sản xuất kinh doanh ở vị trí có hệ thống giao thông thuận lợi, dân cư đông đúc và có trình độ dân trí cao sẽ có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất, tăng tốc độ tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu, giảm chi phí sản xuất kinh doanh ... và do đó nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nếu cơ sở hạ tầng yếu kém sẽ ngược lại”. [5]

Môi trường cạnh tranh

Các yếu tố môi trường cạnh tranh liên quan trực tiếp tới ngành nghề và thị trường kinh doanh của doanh nghiệp (hay còn gọi là môi trường ngành) tác động trực tiếp đến hoạt động và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Sức ép của các yếu tố này lên doanh nghiệp càng mạnh thì khả năng sinh lợi của các doanh nghiệp cùng ngành cũng bị hạn chế. Các doanh nghiệp cần xác định cho mình một chiến lược cạnh tranh hoàn hảo.

Yếu tố công nghệ

Đối với doanh nghiệp các yếu tố công nghệ như bản quyền công nghệ, đổi mới công nghệ, khuynh hướng tự động hoá, điện tử hoá, máy tính hoá... đã làm cho chu kỳ sống của sản phẩm bị rút ngắn, sản phẩm mới ra đời có tính năng tác dụng tốt hơn nhưng chi phí sản xuất lại thấp hơn. Bởi vậy các doanh nghiệp phải quan tâm theo sát những thông tin về kỹ thuật công nghệ, ngày nay công nghệ mới từ những phát minh, ở phòng thí nghiệm đều đưa ra sản phẩm đại trà, đưa sản phẩm ra thị trường tốn rất ít thời gian, là cơ hội cho những doanh nghiệp ở thời kỳ khởi sự kinh doanh, họ có thể nắm bắt ngay kỹ thuật mới nhất để gặt hái những thành công lớn, không thể thua kém những doanh nghiệp đã có một bề dày đáng kể.

Yếu tố hội nhập

Toàn cầu hóa tạo ra các sức ép cạnh tranh, các đối thủ đến từ mọi khu vực. Quá trình hội nhập sẽ khiến các doanh nghiệp phải điều chỉnh phù hợp với các lợi thế so sánh, phân công lao động của khu vực và của thế giới

Điều quan trọng là khi hội nhập, các rào cản về thương mại sẽ dần dần được gỡ bỏ, các doanh nghiệp có cơ hội buôn bán với các đối tác ở cách xa khu vực địa lý, khách hàng của các doanh nghiệp lúc này không chỉ là thị trường nội địa nơi doanh nghiệp đang kinh doanh mà còn các khách hàng đến từ khắp nơi, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

1.5. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh

1.5.1. Yêu cầu đối với chỉ tiêu

Những yêu cầu đặt ra cho hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp:

- Thể hiện được đặc điểm sản xuất kinh doanh

- Đảm bảo tính thống nhất trong các phương pháp xác định và mối quan hệ giữa các chỉ tiêu

- Đảm bảo tính chính xác, khoa học, thực tế

- Đảm bảo tính hệ thống

Khi đánh giá khái quát hiệu quả kinh doanh cần phải nghiên cứu một cách toàn diện cả về không gian và thời gian, môi trường kinh doanh đồng thời đặt nó trong mối quan hệ với hiệu quả chung của xã hội.

1.5.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh

1.5.2.1. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản (ROA)

Chỉ tiêu thể hiện khả năng tạo ra lợi nhuận sau thuế của tài sản mà doanh nghiệp sử dụng cho hoạt động kinh doanh, chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản (ROA)} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tài sản bình quân}}$$

“Chỉ tiêu này cho biết, trong một kỳ phân tích, doanh nghiệp đầu tư 1 đồng tài sản, thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng tài sản của doanh nghiệp là tốt, góp phần nâng cao khả năng đầu tư của doanh nghiệp.”[9]

1.5.2.2 Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE)

ROE là một trong những chỉ tiêu tài chính quan trọng nhất. Nó thường được xem là tỷ lệ lý tưởng có thể được lấy từ báo cáo tài chính của công ty. Nó là chỉ tiêu để đo lường khả năng sinh lời của một công ty đối với chủ đầu tư. Do vậy, khi phân tích hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu, ta thường sử dụng thông qua chỉ tiêu ROE:

$$\text{Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE)} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ 1 đồng vốn chủ sở hữu đầu tư thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp. Chỉ tiêu này càng cao, càng biểu hiện su hướng tích cực. Chỉ tiêu này cao thường giúp cho các nhà quản trị có thể đi huy động vốn mới trên thị trường tài chính để tài trợ cho sự tăng trưởng của doanh nghiệp. Ngược lại nếu chỉ tiêu này nhỏ và vốn chủ sở hữu dưới mức vốn điều lệ thì hiệu quả kinh doanh thấp, doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn trong việc thu hút vốn.

1.5.2.3. Tỷ suất sinh lời của doanh thu (ROS)

“Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS). ROS cho biết một đồng doanh thu tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận”[9]

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS)} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu}}$$

1.5.2.5. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản

Khi phân tích hiệu quả sử dụng tài sản phải xây dựng được hệ thống các chỉ tiêu tài chính tổng hợp và chi tiết phù hợp với đặc điểm của từng nhóm tài sản sử dụng trong các doanh nghiệp.

Các chỉ tiêu thường sử dụng phân tích hiệu quả sử dụng tài sản:

- **Số vòng quay của tài sản**

Trong hoạt động kinh doanh, các doanh nghiệp mong muốn tài sản vận động không ngừng, để đẩy mạnh tăng doanh thu, là nhân tố góp phần tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Số vòng quay của tài sản có thể xác định bằng công thức:

$$\text{Số vòng quay của tài sản} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tài sản bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong một kỳ phân tích các tài sản quay được bao nhiêu vòng, chỉ tiêu này càng cao, chứng tỏ các tài sản vận động càng nhanh,

góp phần tăng doanh thu và là điều kiện nâng cao lợi nhuận cho doanh nghiệp. Nếu chỉ tiêu này thấp, chứng tỏ các tài sản vận động chậm, có thể hàng tồn kho, làm cho doanh thu của doanh nghiệp giảm. Tuy nhiên, chỉ tiêu này phụ thuộc vào đặc điểm ngành nghề kinh doanh, đặc điểm cụ thể của tài sản trong các doanh nghiệp.

• *Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn*

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích doanh nghiệp đầu tư 1 đồng tài sản ngắn hạn thì tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế, chỉ tiêu này càng cao hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn càng tốt, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

• *Số vòng quay của tài sản ngắn hạn*

$$\text{Số vòng quay của tài sản ngắn hạn} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích các tài sản ngắn hạn quay được bao nhiêu vòng. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn càng tốt.

• *Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn*

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích của doanh nghiệp, 1 đồng tài sản dài hạn bình quân thì tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế, chỉ tiêu này càng cao hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn càng tốt, là nhân tố hấp dẫn của các nhà đầu tư.

• *Số vòng quay của tài sản dài hạn (sức sản xuất của tài sản dài hạn)*

$$\text{Số vòng quay của tài sản dài hạn} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích, các tài sản dài hạn quay được bao nhiêu vòng. Chỉ tiêu này càng cao càng tốt, phản ánh tài sản dài hạn được sử dụng hiệu quả.

- *Số vòng quay của vốn chủ sở hữu (sức sản xuất của vốn chủ sở hữu)*

$$\text{Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích, mỗi đồng vốn CSH bỏ ra thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

1.5.2.7. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí

- *Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí*

Chỉ tiêu này được xác định như sau:

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tổng chi phí} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng chi phí bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích của doanh nghiệp, 1 đồng chi phí bỏ ra tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế, chỉ tiêu này càng cao càng chứng tỏ mức lợi nhuận trong chi phí càng lớn, doanh nghiệp đã tiết kiệm được các khoản chi phí chi ra trong kỳ.

1.5.2.8 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

- *Tỷ suất sinh lời của lao động*

$$\text{Tỷ suất sinh lời của lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng số lao động bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một lao động bình quân tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận cho doanh nghiệp trong kỳ phân tích. Chỉ tiêu này càng cao càng tốt, phản ánh hiệu quả sử dụng lao động của doanh nghiệp.

1.5.2.9 Các chỉ tiêu khái quát về tình hình tài chính

- *Khả năng thanh toán tổng quát*

$$\text{Khả năng thanh toán tổng quát} = \frac{\text{Tổng tài sản}}{\text{Tổng nợ phải trả}}$$

Đây là chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán chung của doanh nghiệp trong kỳ báo cáo. Chỉ tiêu này cho biết: với tổng tài sản hiện có, doanh nghiệp có bảo đảm trang trải được các khoản nợ phải trả hay không. Khi hệ số ≥ 1 doanh nghiệp bảo đảm được khả năng thanh toán tổng quát và ngược lại.

- *Tỷ số về mức độ độc lập tài chính*

Hệ số tài trợ là chỉ tiêu phản ánh khả năng tự bảo đảm về mặt tài chính và mức độ độc lập về mặt tài chính của doanh nghiệp.

Hệ số tài trợ được xác định:

$$\text{Hệ số tự tài trợ} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$$

Bên cạnh đó, ta có thể bổ sung các chỉ tiêu khác như “hệ số tự tài trợ tài sản dài hạn” và “hệ số tự tài trợ tài sản cố định”. Việc xem xét các chỉ tiêu bổ sung này chỉ được tiến hành trong trường hợp mức độ độc lập tài chính của doanh nghiệp thấp nhưng doanh nghiệp hội tụ đầy đủ các điều kiện cần thiết để phát triển trong tương lai.

- *Đánh giá khái quát tình hình huy động vốn*

Để phân tích xu hướng tăng trưởng của vốn, ta sử dụng phương pháp so sánh bằng số tương đối định gốc tiến hành so sánh tốc độ tăng trưởng theo thời gian của tổng số vốn với một kỳ gốc cố định.

$$\text{Tốc độ tăng trưởng vốn kỳ phân tích so với kỳ gốc} = \frac{\text{Tổng số vốn kỳ phân tích}}{\text{Tổng số vốn kỳ gốc}}$$

- *Tỷ số về khả năng hoạt động*

Hệ số vòng quay hàng tồn kho thể hiện khả năng quản trị hàng tồn kho. Vòng quay hàng tồn kho là số lần mà hàng hóa tồn kho bình quân luân chuyển trong kỳ. Số vòng quay hàng tồn kho được xác định:

$$\text{Vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{Giá vốn hàng bán}}{\text{Hàng tồn kho bình quân}}$$

Số vòng quay hàng tồn kho càng cao thì việc kinh doanh được đánh giá càng tốt bởi doanh nghiệp chỉ đầu tư cho hàng tồn kho thấp nhưng vẫn đạt doanh số cao.

Mỗi một doanh nghiệp có thể phân tích các chỉ tiêu hiệu quả hoạt động ở từng bộ phận kinh doanh của doanh nghiệp phản ánh tính hiệu quả của hoạt động chung cũng như từng mặt hoạt động kinh tế diễn ra ở từng bộ phận kinh doanh của doanh nghiệp. Đó có thể là các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả đầu tư đổi mới công nghệ hoặc trang thiết bị lại ở phạm vi toàn doanh nghiệp hoặc từng bộ phận bên trong doanh nghiệp; hiệu quả ở từng bộ phận quản trị và thực hiện các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp; hiệu quả của từng quyết định sản xuất kinh doanh và thực hiện chức năng quản trị doanh nghiệp;...Tùy theo từng hoạt động cụ thể có thể xây dựng hệ thống chỉ tiêu và tiến hành đánh giá hiệu quả hoạt động thích hợp.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA VNPT HẢI PHÒNG TỪ NĂM 2013 – NĂM 2016

2.1. Quá trình hình thành và phát triển của VNPT Hải Phòng

2.1.1. Chức năng, nhiệm vụ của VNPT Hải Phòng

Tên đăng ký kinh doanh: Viễn Thông Hải Phòng (VNPT Hải Phòng)

Địa chỉ: Số 5 Nguyễn Tri Phương – Quận Hồng Bàng – TP Hải Phòng

Mã số thuế: 0200287977

Điện thoại: 031.3523999

Fax: 031.3523888

Website: <http://hptel.com.vn>

Viễn thông Hải Phòng là đơn vị kinh tế trực thuộc Tập đoàn Bưu Chính Viễn Thông Việt Nam (VNPT) - được thành lập theo quyết định số 633/QĐ-TCCB/HĐQT ngày 6/12/2007 của Hội đồng quản trị Tập đoàn BCVT Việt Nam và chính thức đi vào hoạt động từ 01/01/2008, trên cơ sở được tách ra từ Bưu điện Thành phố Hải Phòng (cũ). Tổng số CBCNV: với 736CBCNV, trong đó có 231 nữ CBCNV.

Trình độ đội ngũ: Trong đó 40 % lao động đạt trình độ đại học và trên đại học, 13% lao động có trình độ cao đẳng, 17 % lao động đạt trình độ kỹ thuật viên và 30 % lao động có trình độ sơ cấp.

a. Chức năng của Viễn thông Hải Phòng [10]

- Tổ chức xây dựng, quản lý, vận hành, lắp đặt, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa mạng viễn thông trên địa bàn thành phố Hải Phòng.

- Tổ chức quản lý, kinh doanh và cung cấp các dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin trên địa bàn thành phố Hải Phòng.

- Sản xuất, kinh doanh, cung ứng đại lý vật tư, thiết bị viễn thông - CNTT theo yêu cầu sản xuất kinh doanh của đơn vị và nhu cầu khách hàng .
- Khảo sát, tư vấn, thiết kế, lắp đặt, bảo dưỡng các công trình viễn thông công nghệ thông tin.
- Kinh doanh dịch vụ quảng cáo, dịch vụ truyền thông.
- Kinh doanh bất động sản, cho thuê văn phòng.
- Tổ chức phục vụ thông tin đột xuất theo yêu cầu của cấp ủy Đảng, Chính quyền địa phương và cấp trên.
- Kinh doanh các ngành nghề khác trong phạm vi được Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam cho phép và phù hợp với quy định của pháp luật.

b. Nhiệm vụ của viễn thông Hải Phòng [10]

- Sử dụng hiệu quả các nguồn lực của Nhà nước đã được Tập đoàn BCVT giao cho quản lý nhằm phát triển kinh doanh và phục vụ, bảo toàn, phát triển phân vốn và nguồn lực khác được giao.
- Có nghĩa vụ trả các khoản nợ Viễn thông Hải Phòng trực tiếp vay theo quy định của pháp luật.
- Đăng ký kinh doanh và kinh doanh đúng danh mục ngành nghề đã đăng ký, chịu trách nhiệm trước Tập đoàn về kết quả hoạt động, chịu trách nhiệm trước khách hàng và pháp luật về sản phẩm, dịch vụ do đơn vị cung cấp, trình Tập đoàn về phương án giá cước liên quan đến dịch vụ do đơn vị cung cấp
- Phối hợp tạo điều kiện thuận lợi mọi mặt cho các đơn vị khác trong Tập đoàn để đạt được các mục tiêu kế hoạch chung về kinh doanh, phục vụ của Tập đoàn.

- Đảm bảo thông tin liên lạc phục vụ các cơ quan Đảng, Nhà nước, phục vụ an ninh quốc phòng, ngoại giao, các yêu cầu thông tin liên lạc khẩn cấp, đảm bảo các dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin cơ bản trên địa bàn thành phố Hải Phòng.

- Chịu sự chỉ đạo và điều hành mạng thông tin thống nhất của Tập đoàn VNPT

- Xây dựng quy hoạch phát triển đơn vị trên cơ sở chiến lược quy hoạch của Tập đoàn VNPT và phạm vi chức năng nhiệm vụ của đơn vị trên địa bàn và trong lĩnh vực viễn thông, công nghệ thông tin.

- Xây dựng kế hoạch ngắn hạn, dài hạn phù hợp với mục tiêu, hướng dẫn của kế hoạch phát triển toàn Tập đoàn.

Đổi mới, hiện đại hóa thiết bị công nghệ và phương thức quản lý trong quá trình xây dựng và phát triển đơn vị trên cơ sở phương án đã được Tập đoàn phê duyệt

- Thực hiện đầy đủ nghĩa vụ, quyền lợi đối với người lao động, đảm bảo cho người lao động tham gia quản lý đơn vị.

- Thực hiện chế độ báo cáo thống kê định kỳ, bất thường, chế độ kiểm toán theo quy định của Nhà nước và của Tập đoàn, chịu trách nhiệm về tính xác thực của báo cáo

- Chịu sự quản lý, kiểm tra, kiểm soát của Tập đoàn, tuân thủ các quy định về thanh tra, kiểm tra của các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền và theo quy định của pháp luật

- Có nghĩa vụ nộp các khoản ngân sách Nhà nước theo quy định của pháp luật, các khoản phải nộp về Tập đoàn.

2.1.2. Công nghệ sử dụng

Viễn thông Hải Phòng cung cấp các dịch vụ về Viễn thông, đây là loại hàng hóa đặc biệt, đa dạng, có đặc điểm sản phẩm mang tính vô hình, quá trình sản xuất mang tính dây chuyền, quá trình sản xuất gắn liền với quá trình tiêu thụ, tải trọng không đồng đều theo thời gian và không gian.

a. Về chất lượng dịch vụ: Với mạng lưới đã được hiện đại hóa 100% sử dụng công nghệ chuyển mạch điện tử kỹ thuật số, truyền dẫn số qua Vi ba, cáp quang và báo hiệu N07, Internet đang được nâng cấp lên 4G. Các cuộc gọi điện thoại được kết nối rất nhanh và chất lượng thông thoại rất cao. Đây cũng là đặc điểm của sản phẩm Viễn thông, bởi vậy chất lượng một cuộc gọi điện thoại không chỉ phụ thuộc vào tình trạng kỹ thuật mạng lưới của Viễn thông Hải Phòng, của các tỉnh bạn và của các nước khác trên thế giới. Nó còn phụ thuộc vào lý trí, trình độ của đội ngũ lao động, trình độ quản lý...

b. Thị trường: Hải Phòng nằm ở vùng đồng bằng Bắc bộ, phía Bắc giáp tỉnh Quảng Ninh, phía Tây giáp Hải Dương, phía Nam giáp Thái Bình, phía Đông là vịnh Bắc bộ với chiều dài bờ biển hơn 62 dặm (khoảng 38.5 km); có diện tích 1.519,2 km². Dân số trung bình 1.754.2 người. Hải Phòng là đô thị loại một, là một cực của tam giác tăng trưởng kinh tế phía Bắc, là trung tâm miền Duyên hải, là điểm du lịch hấp dẫn. Đây là thị trường rất tiềm năng cho việc phát triển các dịch vụ Viễn thông được xác định là hạ tầng cơ sở cho sự phát triển của đất nước.

c. Các đối thủ cạnh tranh: Về dịch vụ điện thoại di động có các nhà cung cấp: Vinaphone, Mobiphone, Viettel,...

Nhìn chung các dịch vụ Viễn thông trên cả nước cạnh tranh ngày càng gay gắt, nhất là các dịch vụ di động, Internet, VoIP. Nhưng tại Hải Phòng, Viễn thông Hải Phòng vẫn lớn thị phần (di động chiếm 21%; VoIP chiếm 68%; dịch vụ điện thoại cố định hay internet gần như giữ thị phần tương đối cao).

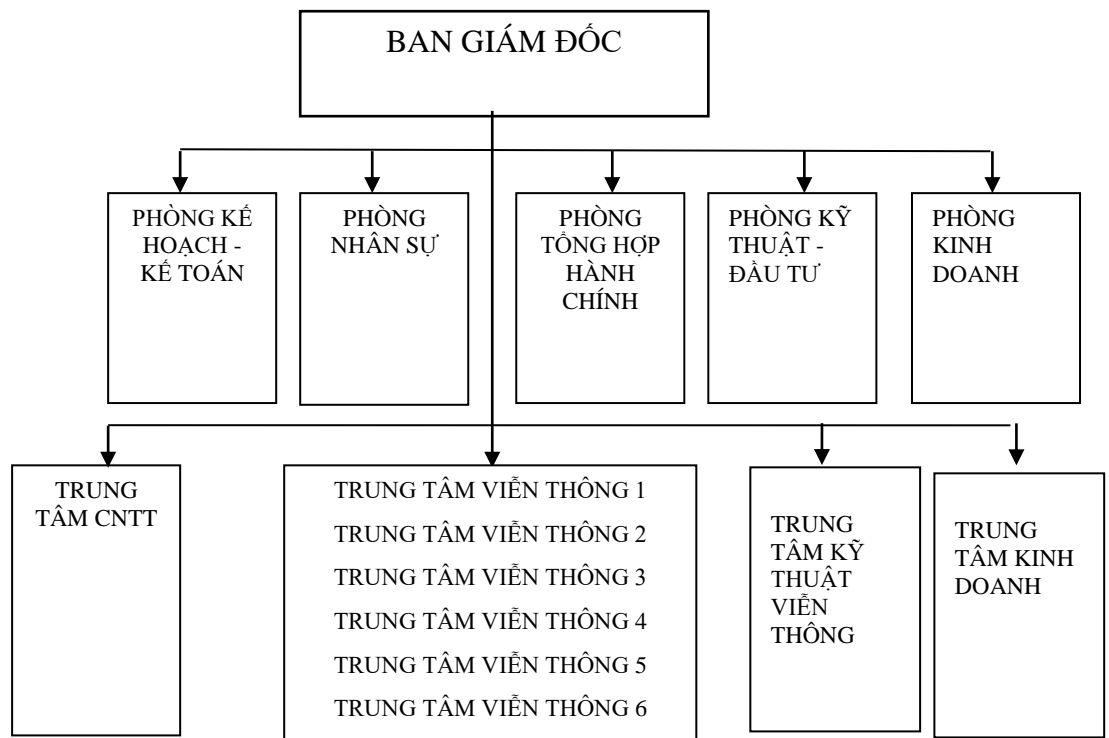
d. Tất cả hệ thống quản lý tại đơn vị đều được tin học hoá theo dây truyền và theo hệ thống quản lý theo từng quy trình cụ thể được tin học hoá, giảm thiểu lao động thủ công.

2.1.3. Sơ đồ bộ máy tổ chức của VNPT Hải Phòng

VNPT Hải Phòng hiện có 8 trung tâm trực thuộc bao gồm trung tâm CNTT, 6 trung tâm viễn thông, 1 trung tâm Kỹ thuật Viễn thông và 4 phòng ban chức năng thuộc Khối quản lý chung.

Các đơn vị chức năng là khối đầu não của VNPT Hải Phòng có nhiệm vụ tổ chức, quản lý, điều hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị;

Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức quản lý - SXKD của VTHP



Nguồn: Phòng Nhân sự -VNPT Hải Phòng

2.2. Đặc điểm hoạt động sản xuất kinh doanh của VNPT Hải Phòng thời gian gần đây

2.2.1. Kết quả hoạt động kinh doanh của VNPT Hải Phòng

Dựa vào bảng 2.1. Ta nhận thấy một số đặc điểm sau:

(1). Tổng doanh thu:

Doanh thu thuần của doanh nghiệp tăng dần qua các năm cụ thể: Năm 2013 là 576.759 trđ, năm 2014 là 862.381 tr.đ tăng 50% so với 2013. Đây có thể nói là mốc đột phá trong sự phát triển của VNPT HP. Sự gia tăng doanh thu vượt bậc này của Viễn thông Hải Phòng là do có sự chuyển dịch cơ cấu về doanh thu: từ dịch vụ truyền thống sang dịch vụ gia tăng: Internet, truyền hình, ... Năm 2015 đạt 877.161 trđ tăng 2% so với năm 2014. Đến năm 2016 là 909.459 trđ tăng 4% so với năm 2015 không phải là mức cao. Nguyên nhân mặc dù 2 dịch vụ chính là di động và cáp quang băng rộng tăng 10%, nhưng dịch vụ cố định bị sụt giảm rất lớn. Con số này cho thấy sự cố gắng của doanh nghiệp trong quá trình tìm kiếm lợi nhuận đồng thời cũng thể hiện sự tiến triển của doanh nghiệp trong quá trình kinh doanh, đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng., vì vậy thương hiệu của công ty dần được khẳng định, công ty ngày càng có uy tín trên thị trường nên doanh thu bán hàng tăng liên tục.

Mặc dù tốc độ tăng doanh thu thuần qua các năm 2013-2016 có tăng nhưng không nhiều một phần do ảnh hưởng từ sự cạnh tranh khốc liệt của ngành viễn thông trong nước nói chung nhưng tận dụng được cơ hội từ chính sách mới của Tập đoàn, VNPT Hải Phòng đẩy mạnh hoạt động kinh doanh, tiết kiệm chi phí. Viễn thông Hải Phòng đã đương đầu với thách thức để vững bước phát triển, tạo dựng được vị thế so với các Viễn thông tỉnh thành khác trong Tập đoàn.

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của VNPT Hải Phòng*Đơn vị tính: Triệu đồng*

TT	Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	14/13 (%)	15/14 (%)	16/15 (%)
1	Doanh thu thuần bán hàng và cung cấp dịch vụ	576.759	862.381	877.161	909.459	50	2	4
2	Giá vốn hàng bán	455.017	684.939	660.819	661.214	51	(4)	0
3	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	121.742	177.442	216.342	248.245	46	22	15
4	Doanh thu hoạt động tài chính	728	905	752	387	24	(17)	(49)
5	Chi phí tài chính	1.025	4.829	3.884	1.481	371	(20)	(62)
	Trong đó: Chi phí lãi vay	1.025	4.829	3.884	1.481	371	(20)	(62)
6	Chi phí bán hàng	33.366	16.862	30.832	26.122	(49)	83	(15)
7	Chi phí quản lý doanh nghiệp	43.646	60.248	61.561	61.140	38	2	(1)
8	LN thuần từ HĐKD(8=3+4-5-6-7)	44.433	96.408	120.817	159.889	117	25	32
9	Thu nhập khác	2.071	1.003	1.249	2.783	(52)	25	123
10	Chi phí khác	56	4.626	5.061	1.151	8,161	9	(77)
11	Lợi nhuận khác	2.015	(3.623)	(3.812)	1.632	(280)	5	(143)
12	Lợi nhuận trước thuế (12=8+11)	46.448	92.785	117.005	161.521	100	26	38
13	Thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp	11.182	25.082	31.100	21.104	124	24	(32)
14	Lợi nhuận sau thuế	35.266	67.703	85.905	140.417	92	27	63

Nguồn: Phòng KHKT- VNPT Hải Phòng.

Lợi nhuận sau thuế của Viễn Thông Hải Phòng tăng ấn tượng. Năm 2013 là 35.266 trđ thì đến năm 2014 là 67.703 trđ tăng tương ứng 92%. Đến năm 2014 là 85.905 trđ, năm 2016 đạt 140.417 trđ tăng 63% so với 2014. Để có

được kết quả kinh doanh như trên là nhờ doanh nghiệp đã biết quản lý tốt công tác tài chính. Điều này là một dấu hiệu khả quan trong kinh doanh của doanh nghiệp.

Doanh thu hoạt động tài chính tương đối ổn định qua các năm, năm 2013 là 728 trđ đến năm 2014 là 905 trđ. Năm 2016 là 387 trđ kết quả này cũng cho thấy doanh nghiệp đã sử dụng số vốn dôi thừa có hiệu quả vào việc đầu tư các hoạt động tài chính, mang thêm nguồn lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Giá vốn hàng bán của doanh nghiệp tăng. Năm 2013 là 455.017 trđ, năm 2014 là 684.939 trđ với tỷ lệ là 51%. Tốc độ tăng giá vốn cao hơn doanh thu. Điều này cho thấy việc sử dụng nguồn nguyên liệu và nhân công đầu vào của doanh nghiệp đang giảm dần hiệu quả. Công ty cần kiểm soát tốt hơn nguồn nguyên liệu đầu vào và sự phát sinh của chi phí sử dụng. Năm 2014 giá vốn hàng bán là 660.819 trđ đã giảm 4% so với năm 2015 do doanh nghiệp đã quản lý tốt tài chính. Dẫn đến việc giảm giá vốn hàng bán nhưng lợi nhuận sau thuế vẫn tăng.

Chi phí quản lý doanh nghiệp, chi phí bán hàng và chi phí tài chính có tăng trong các năm 2013 đến 2016, điều này tuy có làm giảm lợi nhuận của doanh nghiệp nhưng tỷ trọng trên doanh thu là không đáng kể. Qua đây, chúng ta thấy chi phí bán hàng chiếm tỷ trọng rất nhỏ chiếm 3,4% trong tổng chi phí của đơn vị. Thể hiện đơn vị chưa thực sự đầu tư cho mảng quảng cáo, truyền thông, chăm sóc khách hàng.

2.2.2. Thuận lợi và khó khăn

2.2.2.1. Thuận lợi

- Công ty có đội ngũ công nhân viên đã gắn bó trong thời gian dài, trung thực, thật thà, nhiệt tình và nhiều kinh nghiệm làm việc. Đa số có trình độ cao, được đào tạo đúng chuyên ngành.

- Cơ sở hạ tầng được xây dựng mở rộng quy mô, trang thiết bị, máy móc được đầu tư mua mới đồng bộ và hiện đại, tin học hoá trong quản lý. Cơ sở hạ tầng luôn được nâng cấp kịp thời đáp ứng được nhu cầu của chất lượng dịch vụ viễn thông.

- Thương hiệu VNPT đã có chỗ đứng trên thị trường, chất lượng sản phẩm đã được khẳng định. Chiếm được ưu thế về dịch vụ viễn thông trên địa bàn tại Hải Phòng.

2.2.2.2. Khó khăn

- Do đặc điểm sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là kinh doanh các sản phẩm viễn thông nên cần vốn khá lớn cho việc không ngừng nâng cấp hạ tầng viễn thông sao cho đáp ứng được chất lượng dịch vụ hội nhập được với CNTT đang chuyển mình như vũ bão. Tính cạnh tranh trên thị trường ngày càng khốc liệt.

- Luôn đổi mới và giành lại thị phần, tăng cường đội ngũ bán hàng và chăm sóc khách hàng đòi hỏi cần tuyển một loạt công nhân viên mới bổ sung. Họ chưa có kinh nghiệm làm việc tại công ty nên cần phải tăng cường kiểm tra kiểm soát, đảm bảo chất lượng sản phẩm làm ra.

- Kênh phân phối trực tuyến còn hạn chế. Trang web của công ty chưa được chăm sóc, thay đổi thường xuyên.

- Hiệu quả sản xuất kinh doanh còn hạn chế. Việc ra quyết định của chủ doanh nghiệp trong quá trình kinh doanh phần nhiều vẫn theo cảm tính và kinh nghiệm, chưa có những phân tích đánh giá thực trạng tài chính bài bản. Đồng thời chính sách kinh doanh tại công ty còn phụ thuộc vào chính sách chung của toàn Tập đoàn nên đôi khi thiếu tính chủ động và đột phá trong công tác điều hành của lãnh đạo đơn vị.

2.3. Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của VNPT Hải Phòng thời gian qua

2.3.1. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh tổng hợp của doanh nghiệp

Bảng 2.2: Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng vốn của VTHP

Đơn vị tính: Triệu đồng

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
1	Doanh thu thuần	576.759	862.381	877.161	909.459
2	Lợi nhuận sau thuế	35.266	67.703	85.905	140.417
3	Tổng nguồn vốn	844.870	798.313	657.302	521.044
4	Vốn chủ sở hữu	573.479	529.429	473.846	373.704
5	Hiệu suất sử dụng tổng nguồn vốn (ROI) (5=1/3)	0,68	1,08	1,33	1,75
6	Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA) (6=2/3)	0,04	0,08	0,13	0,27
7	Tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu ROE (7=2/4)	0,06	0,13	0,18	0,38
8	Tỷ suất lợi nhuận doanh thu ROS (8=2/1)	0,06	0,08	0,10	0,15

Nguồn: Tác giả tóm tắt từ số liệu Phòng KHKT – VNPT Hải Phòng.

(1). Tỷ suất sinh lời của vốn (ROI)

Hiệu suất sử dụng tổng nguồn vốn của Viễn thông tăng qua các năm, đặc biệt là trong năm 2013-2014 hiệu suất sử dụng tổng nguồn vốn tăng gần 59%. Chỉ tiêu hiệu suất sử dụng toàn bộ vốn của doanh nghiệp gia tăng chủ yếu là do kết quả của sự tăng trưởng doanh thu trong giai đoạn này.

(2). Tỷ suất sinh lời của doanh thu (ROS)

Khả năng tạo ra doanh thu của doanh nghiệp là những chiến lược dài hạn, quyết định tạo ra lợi nhuận và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Tuy nhiên mục tiêu cuối cùng của chủ doanh nghiệp không phải là doanh thu mà là lợi nhuận sau thuế. Do vậy để tăng lợi nhuận sau thuế cần phải duy trì tốc độ tăng của doanh thu nhanh hơn tốc độ tăng của chi phí, khi đó mới có sự tăng trưởng bền vững.

Tỷ suất sinh lời của doanh thu thể hiện trình độ kiểm soát chi phí của doanh nghiệp nhằm tăng sức cạnh tranh trên thị trường. Năm 2013, ứng với mỗi 100 đồng doanh thu thì doanh nghiệp thu được 0.06 đồng lợi nhuận trước thuế và lãi vay. Các năm tiếp theo lần lượt thu được 0.08 đồng và 0.10 đồng; 0.15 đồng lợi nhuận trước thuế và lãi vay trên mỗi 100 đồng doanh thu thu được.

Tỷ suất ROS tăng liên tục qua các năm và tốc độ tăng cũng nhanh hơn cho thấy lợi nhuận của doanh nghiệp làm ra được sau khi trả tiền cho các khoản chi phí biến đổi của sản xuất như tiền lương, tiền NVL... nhưng trước lãi vay và thuế đang tăng. Đây là kết quả tích cực cho sự hoạt động của doanh nghiệp. Càng đẩy mạnh kinh doanh tăng doanh thu trong thời gian tới sẽ càng giúp làm tăng nhiều hơn nữa lợi nhuận cho doanh nghiệp.

(3). Tỷ suất sinh lời của tài sản (ROA)

Trong quá trình tiến hành những hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp mong muốn mở rộng quy mô sản xuất, thị trường tiêu thụ, nhằm phát triển nhanh và mạnh hơn. Do vậy, chủ doanh nghiệp có thể dùng tỷ suất sinh lời của tài sản để đánh giá hiệu quả sử dụng các tài sản đã đầu tư.

Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA) tăng qua các năm từ 2013-2016, lần lượt là 0.04; 0.08; 0.13; 0.27. Cụ thể năm 2014 một đồng tài sản sẽ tạo ra được 1.08 đồng doanh thu tăng gần 59% so với năm 2013, lợi nhuận sau thuế trên một

đồng doanh thu đạt 0.08, tăng 33% so với năm 2013. Tương tự như thế năm 2015 một đồng tài sản tạo ra được 1.33 đồng doanh thu tăng 23% so với năm 2016, lợi nhuận sau thuế trên một đồng doanh thu đạt 0.1, so với năm 2015 tăng 25%. Như vậy một trong những mục tiêu quan trọng nhất trong hoạt động quản lý tài chính của doanh nghiệp là tăng hệ số sinh lời của vốn chủ sở hữu. Ở đây cả ba chỉ tiêu tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu, tỷ suất sinh lời trên tài sản và hiệu suất sử dụng tổng nguồn vốn đều tăng. Đó là một tín hiệu tốt của doanh nghiệp.

Chỉ tiêu ROA liên tục biến động tăng phản ánh hiệu quả của việc sử dụng vốn kinh doanh của doanh nghiệp ngày càng cao. Điều này có được là do sự tăng trưởng theo kiểu bù đắp của 2 chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận doanh thu và vòng quay tổng tài sản của doanh nghiệp mà ở đây chủ yếu là do doanh nghiệp đã gia tăng được tỷ suất lợi nhuận qua các năm.

(4). Tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE)

Chỉ tiêu ROE phản ánh khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu. Các nhà đầu tư thường rất quan tâm tới chỉ tiêu này, nó là một trong những căn cứ để các nhà đầu tư quyết định việc nên hay không nên đầu tư vào 1 doanh nghiệp. Thêm vào đó, tăng mức doanh lợi VCSH là mục tiêu quan trọng trong hoạt động quản lý tài chính của doanh nghiệp. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE) tăng qua các năm từ 2013-2016, lần lượt là : 0.06; 0.13; 0.18; 0.38.

Từ những phân tích trên cho thấy, để có thể cải thiện và gia tăng chỉ tiêu ROE của doanh nghiệp, biện pháp hiệu quả nhất đó là làm sao để cải thiện chỉ tiêu hệ số sử dụng vốn của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp không thể làm gia tăng chỉ tiêu này thì cũng cần có những biện pháp để không làm sụt giảm chỉ tiêu này, bởi nó là nguyên nhân kéo theo sự gia tăng chỉ tiêu ROE của doanh nghiệp.

2.3.2. Phân tích các chỉ tiêu sử dụng tài sản

Bảng 2.3: Một số chỉ số về hiệu quả sử dụng tài sản

Đơn vị tính: Triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				So sánh 2014/2013		So sánh 2015/2014		So sánh 2016/2015	
			2013	2014	2015	2016	(±)	(%)	(±)	(%)	(±)	(%)
1	Tổng doanh thu thuần	đồng	576.759	862.381	877.161	909.459	285.622	49,52	14.780	1,71	32.298	3,68
2	Lợi nhuận sau thuế	đồng	35.266	67.703	85.905	140.417	32.437	91,98	18.202	26,89	54.512	63,46
3	Tổng tài sản bình quân	đồng	581.011	484.812	760.512	624.780	-96.199	-16,56	275.700	56,87	-135.732	-17,85
4	Tài sản ngắn hạn bình quân	đồng	144.600	154.957	117.156	84.634	10.357	7,16	-37.801	-24,39	-32.522	-27,76
5	Tài sản dài hạn bình quân	đồng	436.411	329.855	643.356	540.146	-106.556	-24,42	313.501	95,04	-103.210	-16,04
6	Tỷ suất sinh lời của TS	-	0,0607	0,1396	0,1130	0,2247	0,079	130,07	-0,0267	-19,11	0,112	98,97
7	Sức sản xuất của TS	-	0,9927	1,7788	1,1534	1,4556	0,786	79,19	-0,6254	-35,16	0,302	26,21
8	Tỷ suất sinh lời của TSNH	-	0,2439	0,4369	0,7333	1,6591	0,193	79,15	0,2963	67,83	0,926	126,27
9	Sức sản xuất của TSNH	-	3,9887	5,5653	7,4871	10,7458	1,577	39,53	1,9218	34,53	3,259	43,52
10	Tỷ suất sinh lời của TSDH	-	0,0808	0,2053	0,1335	0,2600	0,124	153,99	-0,0717	-34,94	0,126	94,69
11	Sức sản xuất của TSDH	-	1,3216	2,6144	1,3634	1,6837	1,293	97,82	-1,2510	-47,85	0,320	23,49

Nguồn: Phòng KHKT – VNPT Hải Phòng.

(1). Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản

- Trong năm 2014, doanh nghiệp cứ bỏ ra 100 đồng tài sản đầu tư thì thu được 13,96 đồng lợi nhuận sau thuế. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản năm 2014 tăng 0,079 lần so với năm 2013 tương ứng tăng 130% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2014}}{\text{TSbq 2013}} - \frac{\text{LNST 2013}}{\text{TSbq 2013}} = \frac{67.703}{581.011} - \frac{35.266}{581.011}$$

$$= 0,0559$$

+ Tổng tài sản giảm làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2014}}{\text{TSbq 2014}} - \frac{\text{LNST 2014}}{\text{TSbq 2013}} = \frac{67.703}{484.812} - \frac{67.703}{581.011}$$

$$= 0,0231$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,0559 + 0,0231 = 0,079$$

- Năm 2015, doanh nghiệp cứ bỏ ra 100 đồng tài sản đầu tư thì thu được 11,3 đồng lợi nhuận sau thuế. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản năm 2015 giảm 0,0267 lần so với năm 2014 tương ứng giảm 19% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSbq 2014}} - \frac{\text{LNST 2014}}{\text{TSbq 2014}} = \frac{85.905}{484.812} - \frac{67.703}{484.812}$$

$$= 0,0375$$

+ Tổng tài sản tăng làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản giảm một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSbq 2015}} - \frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSbq 2014}} = \frac{85.905}{760.512} - \frac{85.905}{484.812}$$

$$= - 0,0642$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,0375 - 0,0642 = - 0,0267$$

- Trong năm 2016, doanh nghiệp cứ bỏ ra 100 đồng tài sản đầu tư thì thu được 22,47 đồng lợi nhuận sau thuế. Tỷ suất sinh lời của tổng tài sản năm 2016 tăng 0,11 lần so với năm 2015 tương ứng tăng 99% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSbq 2015}} - \frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSbq 2015}} = \frac{140.417}{760.512} - \frac{85.905}{760.512}$$

$$= 0,07$$

+ Tổng tài sản giảm làm tỷ suất sinh lời của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSbq 2016}} - \frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSbq 2015}} = \frac{140.417}{624.780} - \frac{140.417}{760.512}$$

$$= 0,04$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,07 + 0,04 = 0,11$$

(2). Sức sản xuất của tổng tài sản

- Năm 2014, với mỗi 1 đồng tài sản đem vào sản xuất kinh doanh làm ra được 1,7788 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của tổng tài sản năm này tăng 0,786 lần so với năm 2013 tương ứng tăng 79% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{DTT\ 2014}{TSbq\ 2013} - \frac{DTT\ 2013}{TSbq\ 2013} = \frac{862.381}{581.011} - \frac{576.759}{581.011}$$

$$= 0,492$$

+ Tổng tài sản giảm làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{DTT\ 2014}{TSbq\ 2014} - \frac{DTT\ 2014}{TSbq\ 2013} = \frac{862.381}{484.812} - \frac{862.381}{581.011}$$

$$= 0,294$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,49 + 0,30 = 0,786$$

- Năm 2015, với mỗi 1 đồng tài sản đem vào sản xuất kinh doanh làm ra được 1,1534 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của tổng tài sản năm 2015 giảm 0,6254 lần so với năm 2014 tương ứng giảm 35% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{DTT\ 2015}{TSbq\ 2014} - \frac{DTT\ 2014}{TSbq\ 2014} = \frac{877.161}{484.812} - \frac{862.381}{484.812}$$

$$= 0,0305$$

+ Tổng tài sản tăng làm sức sản xuất của tổng tài sản giảm một lượng là:

$$\frac{DTT\ 2015}{TSbq\ 2015} - \frac{DTT\ 2015}{TSbq\ 2014} = \frac{877.161}{760.512} - \frac{877.161}{484.812}$$

$$= -0,6559$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,0305 - 0,6659 = -0,6254$$

- Năm 2016, với mỗi 1 đồng tài sản đem vào sản xuất kinh doanh làm ra được 1,4556 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của tổng tài sản năm 2016 tăng 0,302 lần so với năm 2015 tương ứng tăng 26% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSbq 2015}} - \frac{\text{DTT 2015}}{\text{TSbq 2015}} = \frac{909.459}{760.512} - \frac{877.161}{760.512}$$

$$= 0,0425$$

+ Tổng tài sản giảm làm sức sản xuất của tổng tài sản tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSbq 2016}} - \frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSbq 2015}} = \frac{909.459}{624.780} - \frac{909.459}{760.512}$$

$$= 0,2598$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,0425 + 0,2598 = 0,3023$

(3). Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn

- Tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn năm 2014 tăng 0,193 lần so với năm 2013 tương ứng tăng 79% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2014}}{\text{TSNHbq 2013}} - \frac{\text{LNST 2013}}{\text{TSNHbq 2013}} = \frac{67.703}{144.600} - \frac{35.266}{144.600}$$

$$= 0,2244$$

+ Tài sản ngắn hạn bình quân tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn giảm một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2014}}{\text{TSNHbq 2014}} - \frac{\text{LNST 2014}}{\text{TSNHbq 2013}} = \frac{67.703}{154.957} - \frac{67.703}{144.600}$$

$$= - 0,0313$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,2244 - 0,0313 = 0,193$

- Tỷ suất sinh lời tài sản ngắn hạn năm 2015 tăng 0,2963 lần so với năm 2014 tương ứng tăng 68% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSNHbq 2014}} - \frac{\text{LNST 2014}}{\text{TSNHbq 2014}} = \frac{85.905}{154.957} - \frac{67.703}{154.957}$$

$$= 0,1174$$

+ Tài sản ngắn hạn bình quân giảm làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSNHbq 2015}} - \frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSNHbq 2014}} = \frac{85.905}{117.156} - \frac{85.905}{154.957}$$

$$= 0,1789$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,1174 + 0,1789 = 0,2963$

- Tỷ suất sinh lời tài sản ngắn hạn năm 2016 tăng 0,9258 lần so với năm 2015 tương ứng tăng 126% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSNHbq 2015}} - \frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSNHbq 2015}} = \frac{140.417}{117.156} - \frac{85.905}{117.156}$$

$$= 0,4653$$

+ Tài sản ngắn hạn bình quân giảm làm tỷ suất sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSNHbq 2016}} - \frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSNHbq 2015}} = \frac{140.417}{84.634} - \frac{140.417}{117.156}$$

$$= 0,4605$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,4653 + 0,4605 = 0,9258$

(4). Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn

- Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn tăng qua các năm. Năm 2016 tăng 3,25 lần so với năm 2015 tương ứng tăng 43,52% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tài sản ngắn hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSNHbq 2015}} - \frac{\text{DTT 2015}}{\text{TSNHbq 2015}} = \frac{909.459}{117.156} - \frac{877.161}{117.156}$$

$$= 0,275$$

+ Tài sản ngắn hạn giảm làm sức sản xuất của tài sản ngắn hạn tăng:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSNHbq 2016}} - \frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSNHbq 2015}} = \frac{909.459}{84.634} - \frac{909.459}{117.156}$$

$$= 2,983$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,275 + 2,983 = 3,25$

(5). Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn

- Tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn năm 2016 tăng 0,126 lần so với năm 2015 tương ứng tăng 94,69% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSDHbq 2015}} - \frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSDHbq 2015}} = \frac{140.417}{643.356} - \frac{85.905}{643.356}$$

$$= 0,088$$

+ Tài sản dài hạn bình quân giảm làm tỷ suất sinh lời của tài sản dài hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSDHbq 2016}} - \frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSDHbq 2015}} = \frac{140.417}{540.146} - \frac{140.417}{643.356}$$

$$= 0,038$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,088+0,038= 0,126$

(6). Sức sản xuất của tài sản dài hạn

- Sức sản xuất của tài sản dài hạn năm 2016 tăng 0,32 lần so với năm 2015 tương ứng tăng 23,49% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của tài sản dài hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSDHbq 2015}} - \frac{\text{DTT 2015}}{\text{TSDHbq 2015}} = \frac{909.459}{643.356} - \frac{877.161}{643.356}$$

$$= 0,05$$

+ Tài sản dài hạn giảm làm sức sản xuất của tài sản dài hạn tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSDHbq 2016}} - \frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSDHbq 2015}} = \frac{909.459}{540.146} - \frac{909.459}{643.356}$$

$$= 0,27$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,05 + 0,27 = 0,32$

2.3.3. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

Bảng 2.4: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

Đơn vị tính: Triệu đồng

Stt	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				So sánh 2014/2013		So sánh 2015/2014		So sánh 2016/2015	
			2013	2014	2015	2016	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)
1	Tổng doanh thu thuần	đồng	576.759	862.381	877.161	909.459	285.622	49,52	14.780	1,71	32.298	3,68
2	Lợi nhuận sau thuế	đồng	35.266	67.703	85.905	140.417	32.437	91,98	18.202	26,89	54.512	63,46
3	Vốn CSH bình quân	đồng	573.479	529.429	473.846	373.704	-44.050	-7,68	-55.583	-10,50	-100.142	-21,13
4	Tỷ suất sinh lời của VCSH	Lần	0,0615	0,1279	0,1813	0,3757	0.066	107,95	0.053	41,77	0.194	107,26
5	Sức sản xuất của VCSH	Lần	1,0057	1,6289	1,8512	2,4336	0.623	61,96	0.222	13,65	0.582	31,47

Nguồn: PhòngKHKT-VNPT Hải Phòng.

(1). Tỷ suất sinh lời của VCSH

- Năm 2016, với mỗi một đồng vốn chủ sở hữu làm ra 0,3757 đồng lợi nhuận sau thuế. Tỷ suất sinh lời của VCSH năm 2016 tăng 0,194 lần so với năm 2015 tương ứng tăng 107,26% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của VCSH tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{VCSHbq 2015}} - \frac{\text{LNST 2015}}{\text{VCSHbq 2015}} = \frac{140.417}{473.846} - \frac{85.905}{473.846} = 0,114$$

VCSH bình quân giảm làm tỷ suất sinh lời của VCSH tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{VCSHbq 2016}} - \frac{\text{LNST 2016}}{\text{VCSHbq 2015}} = \frac{140.417}{373.704} - \frac{140.417}{473.846} = 0,08$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 0,114 + 0,08 = 0,194$$

(2). Sức sản xuất của VCSH

- Năm 2016, với mỗi một đồng vốn chủ sở hữu làm ra 2,4336 đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của VCSH năm 2016 tăng 0,582 lần so với năm 2015 tương ứng tăng 31,47% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của VCSH tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{VCSHbq 2015}} - \frac{\text{DTT 2015}}{\text{VCSHbq 2015}} = \frac{909.459}{473.846} - \frac{877.161}{473.846} = 0,068$$

+ VCSH bình quân giảm làm sức sản xuất của VCSH tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{VCSHbq 2016}} - \frac{\text{DTT 2016}}{\text{VCSHbq 2015}} = \frac{909.459}{373.704} - \frac{909.459}{473.846}$$
$$= 0,514$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,068 + 0,514 = 0,582$

2.3.4. Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí

Bảng 2.5: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng chi phí

Đơn vị tính: Triệu đồng

Stt	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				So sánh 2014/2013		So sánh 2015/2014		So sánh 2016/2015	
			2013	2014	2015	2016	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)
1	Tổng doanh thu thuần	đồng	576.759	862.381	877.161	909.459	285.622	49,52	14.780	1,71	32.298	3,68
2	Lợi nhuận sau thuế	đồng	35.266	67.703	85.905	140.417	32.437	91,98	18.202	26,89	54.512	63,46
3	Tổng chi phí	đồng	532.029	726.049	691.651	748.476	194.020	36,47	-34.398	-4,74	56.825	8,22
4	Tỷ suất sinh lời của TCF	Lần	6,63%	9,32%	12,42%	18,76%	0,027	40,8	0,031	33,20	0,063	51,05
5	Sức sản xuất của TCF	Lần	1,0841	1,1878	1,2682	1,2151	0,1037	9,57	0,0804	6,77	-0,053	-4,19

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu của VNPT Hải Phòng

(1). Tỷ suất sinh lời của chi phí

- Năm 2016, cứ 1 đồng chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra thì thu được 18,8 đồng lợi nhuận sau thuế. Tỷ suất sinh lời của chi phí năm 2016 tăng 0,063 lần so với năm 2015 tương ứng tăng 51.05% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của chi phí tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TCF 2015}} - \frac{\text{LNST 2015}}{\text{TCF 2015}} = \frac{140.417}{691.651} - \frac{85.905}{691.651} = 0,079$$

+ Tổng chi phí tăng làm tỷ suất sinh lời của chi phí giảm một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TCF 2016}} - \frac{\text{LNST 2016}}{\text{TCF 2015}} = \frac{140.417}{748.476} - \frac{140.417}{691.651} = -0,016$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: 0,079- 0,016 = 0,063

(2). Sức sản xuất của chi phí

- Năm 2016, với mỗi đồng chi phí doanh nghiệp bỏ ra thì thu được 1,2151 đồng doanh thu. Sức sản xuất của chi phí năm 2016 giảm 0,053 lần so với năm 2015 tương ứng giảm 4.19% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của chi phí tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{TCF 2015}} - \frac{\text{DTT 2015}}{\text{TCF 2015}} = \frac{909.459}{691.651} - \frac{877.161}{691.651} = 0,046$$

+ Chi phí bình quân tăng làm sức sản xuất của chi phí giảm một lượng là:

$$\frac{DTT\ 2016}{TCF\ 2016} - \frac{DTT\ 2016}{TCF\ 2015} = \frac{909.459}{748.476} - \frac{909.459}{691.651}$$
$$= -0,099$$

=> Tổng hợp hai nhân tố: $0,046 - 0,099 = -0,053$

2.3.5. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

Bảng 2.6: Cơ cấu lao động của công ty*Đơn vị tính: Người*

Chỉ tiêu	Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015		Năm 2016	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Tổng số lao động	767	100%	744	100%	740	100%	736	100%
1. Theo trình độ								
<i>Đại Học</i>	360	46,94%	358	48,12%	378	51,08%	381	51,77%
<i>Cao Đẳng – Trung Cấp</i>	189	24,64%	117	23,79%	164	22,16%	161	21,88%
<i>Phổ Thông</i>	218	28,42%	209	28,09%	198	26,76%	194	26,36%
2. Theo giới tính								
<i>Nữ</i>	240	31,29%	229	30,78%	230	31,08%	231	31,39%
<i>Nam</i>	527	68,71%	515	69,22%	510	68,92%	505	68,61%
3. Theo tính chất lao động								
<i>Trực tiếp</i>	605	78,88%	579	77,82%	595	80,41%	590	80,16%
<i>Gián tiếp</i>	162	21,12%	165	22,18%	145	19,59%	146	19,84%

Nguồn: Phòng Nhân sự-VNPT Hải Phòng

Số lượng công nhân viên công ty giảm liên tục qua các năm. Năm 2014 số lượng lao động giảm khá lớn 23 người so với năm 2013. Số lượng lao động giảm lớn chủ yếu do lao động đến tuổi về hưu. Năm 2016 số lượng công nhân viên có giảm, song mức giảm đã giảm. Cả giai đoạn 2013–2016, số lượng công nhân viên giảm 39 người. Số lượng lao động giảm một lượng như vậy trong vòng 4 năm là do số lượng lao động trong công ty biến động tương đối ổn định giữa lao động nghỉ hưu và tuyển dụng mới, hơn nữa do chính sách đặc thù của Tập đoàn trong giai đoạn này không cho phép tuyển dụng mới ở ạt.

Số lao động có trình độ đại học và cao đẳng của công ty khá cao. Số lao động trình độ phổ thông vẫn chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu lao động của công ty. Điều này cũng dễ dàng giải thích là do đặc thù sản phẩm, lĩnh vực sản xuất kinh doanh của công ty, là một ngành đòi hỏi trình độ cao đáp ứng trình độ về công nghệ thông tin. Nếu xét tỷ lệ lao động trình độ đại học qua các năm, tỷ lệ này đã có xu hướng tăng lên, lao động phổ thông giảm đi đây là một dấu hiệu tốt cho thấy doanh nghiệp đã làm khá tốt trong công tác tuyển dụng.

Tỷ lệ lao động nữ, nam tăng giảm tương đối đều nhau qua các năm. Tuy nhiên, số lượng lao động nữ chủ yếu tăng lên ở bộ phận lao động gián tiếp. Số lao động nam luôn chiếm đa số trong lực lượng lao động của doanh nghiệp là do đặc thù công ty là ngành Viễn thông đòi hỏi lực lượng lao động nam là chủ yếu, điều này tạo điều kiện cho công tác quản lý của công ty trở nên dễ dàng. Với tổng số lượng lao động nam nữ tăng giảm tương đối đều nhau hàng năm như vậy cho thấy công ty đang ngày càng phát triển kịp thời theo xu thế cạnh tranh của ngành Viễn thông, lao động nam là nhân tố chủ lực cho phát triển mạng lưới, lao động nữ là lực lượng bán hàng, chăm sóc khách hàng, cho thấy nhu cầu mở rộng thị phần doanh nghiệp càng mạnh.

Số lượng lao động trực tiếp của công ty qua các năm chiếm trên 80%. Đây là đặc điểm nổi bật do hoạt động chủ yếu của doanh nghiệp Viễn thông, đẩy mạnh công tác bán hàng trực tiếp đến tận tay người tiêu dùng, phục vụ khách hàng nhanh chóng hiệu quả.

Để làm rõ hơn hiệu quả sử dụng lao động của công ty ta có các chỉ số sau:

Bảng 2.7: Các chỉ số về hiệu quả sử dụng lao động

Đơn vị tính: Triệu đồng

Stt	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				So sánh 2014/2013		So sánh 2015/2014		So sánh 2016/2015	
			2013	2014	2015	2016	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)
1	Tổng doanh thu thuần	đồng	576.759	862.381	877.161	909.459	285.622	49,52	14.780	1,71	32.298	3,68
2	Lợi nhuận sau thuế	đồng	35.266	67.703	85.905	140.417	32.437	91,98	18.202	26,89	54.512	63,46
3	Tổng số lao động	Người	767	744	740	736	-23	-3,00	-4	-0,54	-4	-0,54
4	Tỷ suất sinh lời của LĐ	đồng	45,9791	90,9987	116,088	190,784	45.02	97,91	25.09	27,57	74.70	64,34
5	Sức sản xuất của lao động	đồng	751,967	1159,11	1185,35	1235,68	407.15	54,14	26.24	2,26	50.33	4,25

Nguồn: Phòng KHKT- VNPT Hải Phòng.

(1). Tỷ suất sinh lời của lao động

Tỷ suất sinh lời của lao động tăng liên tục qua các năm. Năm 2013, bình quân mỗi lao động mang lại cho công ty 45,9791 đồng lợi nhuận sau thuế, đến năm 2016 tăng lên 190,784 đồng lợi nhuận.

Tỷ suất sinh lời của lao động năm 2016 tăng 74,70 đồng so với năm 2015 tương ứng tăng 64,34% do các nhân tố sau:

+ Lợi nhuận sau thuế tăng làm tỷ suất sinh lời của lao động tăng một lượng:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSLD 2015}} - \frac{\text{LNST 2015}}{\text{TSLD 2015}} = \frac{140.417}{740} - \frac{85.905}{740}$$

$$= 73,67$$

+ Tổng số lao động giảm làm tỷ suất sinh lời của lao động tăng một lượng là:

$$\frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSLD 2016}} - \frac{\text{LNST 2016}}{\text{TSLD 2015}} = \frac{140.417}{736} - \frac{140.417}{740}$$

$$= 1,03$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 73,76 + 1,03 = 74,70$$

(2). Sức sản xuất của lao động

Năm 2016 bình quân mỗi lao động tạo ra được 1235,68 đồng doanh thu. Sức sản xuất của lao động có nhiều biến động song nhìn chung có xu hướng tăng.

Sức sản xuất của lao động năm 2016 tăng 50,33 đồng so với năm 2015 tương ứng tăng 4,25% do các nhân tố sau:

+ Doanh thu thuần tăng làm sức sản xuất của lao động tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSLD 2015}} - \frac{\text{DTT 2015}}{\text{TSLD 2015}} = \frac{909.459}{740} - \frac{877.161}{740}$$

$$= 43,64$$

+ Tổng số lao động giảm làm sức sản xuất của lao động tăng một lượng là:

$$\frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSLD 2016}} - \frac{\text{DTT 2016}}{\text{TSLD 2015}} = \frac{909.459}{736} - \frac{909.459}{740}$$

$$= 6,69$$

$$\Rightarrow \text{Tổng hợp hai nhân tố: } 43,64 + 6,69 = 50,33$$

Để đánh giá chính xác hơn việc giảm lao động có đem lại hiệu quả cho công ty không ta sử dụng phương pháp so sánh sự biến động lao động của công ty giữa các năm trong mối liên hệ với chỉ tiêu tổng doanh thu thuần.

Năm 2015, doanh nghiệp sử dụng 740 lao động đem lại mức doanh thu 877.161 tỷ đồng. Vậy giả sử với cùng điều kiện như năm 2015, doanh nghiệp đạt được doanh thu 909.459 đồng năm 2016 thì cần số lượng lao động:

$$\text{TSLD 2016 cần} = \text{TSLD 2015} \times \frac{\text{DTT 2016}}{\text{DTT 2015}} = 740 * \frac{909.459}{877.161} = 769$$

Tuy nhiên thực tế doanh nghiệp chỉ cần 736 lao động, do vậy đã tiết kiệm được 33 lao động. Vậy năm 2016 doanh nghiệp đã sử dụng lao động hiệu quả hơn so với năm 2015 xét về mặt đem lại doanh thu. Điều này có được một phần lớn do năm 2016 doanh nghiệp đã thực hiện nhiều giải pháp về nâng cao chất lượng lao động, thực hiện nhiều giải pháp về quản trị nhân

sự như thế điếm cân bằng, tin học hóa trong quản lý và điều hành sản xuất để tiết kiệm được nguồn nhân lực.

2.3.6. Phân tích một số chỉ tiêu tài chính

Bảng 2.8: Một số chỉ tiêu tài chính của doanh nghiệp

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm				So sánh 2014/2013		So sánh 2015/2014		So sánh 2016/2015	
	2013	2014	2015	2016	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)	Tuyệt đối	(%)
1. Hệ số khả năng thanh toán tổng quát	3,12	2,97	3,58	3,54	-0,15	-4,91	0,61	20,68	-0,05	-1,30
2. Hệ số tài trợ	0,68	0,66	0,72	0,72	-0,02	-2,44	0,06	8,70	0,00	-0,51
3. Số vòng quay HTK	20,02	31,19	34,22	65,25	11,17	55,80	3,03	9,71	31,03	90,69
4. Tốc độ tăng trưởng vốn	-	0,95	0,78	0,62	0,95	-	-0,17	-17,66	-0,16	-20,73

Nguồn: Phòng KHKT –VNPT Hải Phòng

(1). Mức độ thanh toán:

Nhìn chung hệ số về khả năng thanh toán đều ≥ 1 cho thấy doanh nghiệp đảm bảo được khả năng thanh toán. Chỉ tiêu này ở mức khá cao, cao hơn nhiều so với mức bình quân tương ứng ngành cho thấy tình hình tài chính của doanh nghiệp khá tốt, lành mạnh, doanh nghiệp có đủ khả năng thanh toán các khoản nợ, uy tín của doanh nghiệp cao. Do tổng số tài sản và tổng số nợ phải trả đều giảm liên tục qua các năm cho thấy khả năng thanh toán tăng liên tục qua các năm.

(2). Mức độ độc lập tài chính:

Đây là chỉ tiêu phản ánh mức độ độc lập về tài chính. Qua biểu trên ta thấy khả năng tự bảo đảm về mặt tài chính và mức độ độc lập về mặt tài chính của doanh nghiệp khá tốt. Trong tổng số nguồn vốn của doanh nghiệp, nguồn vốn chủ sở hữu chiếm tới 0,68 lần năm 2013. Trị số của chỉ tiêu tăng liên tục trong các năm tiếp lần lượt là 0,66 lần năm 2014 và 0,72 lần năm 2015, 0,72 lần năm 2016 do doanh nghiệp kiểm soát tốt nợ phải trả.

Sự tăng liên tục qua các năm và mức giảm năm sau tăng nhanh hơn năm trước của hệ số tài trợ cho thấy xu hướng tốt về mức độ độc lập tài chính của doanh nghiệp. Đây là điều cần lưu ý cho các nhà quản lý để có các biện pháp giữ vững tự đảm bảo về mặt tài chính trong dài hạn, chuẩn bị các điều cần thiết để phát triển trong tương lai.

(3). Khả năng hoạt động:

Số vòng quay tăng liên tục qua các năm. Hàng tồn kho nhìn chung giảm khiến cho khả năng luân chuyển hàng tồn kho tăng, từ đó giảm hiện tượng ứ đọng vốn, tăng hiệu quả kinh doanh của công ty. Chỉ tiêu này của doanh nghiệp liên tục biến đổi qua các năm. Năm 2013 vòng quay hàng tồn kho của doanh nghiệp là 20 vòng/năm., năm 2014 hàng tồn kho thực hiện

được hơn 31 vòng và tiếp tục gia tăng hiệu quả trong năm 2016 khi chỉ tiêu này lên hơn 65 vòng/năm. Nguyên nhân do sự giảm mạnh của chỉ tiêu hàng tồn kho kéo theo số vòng quay của hàng tồn kho tăng lên. Như vậy chúng ta thấy rằng khi doanh nghiệp giảm giá trị hàng tồn kho mà không làm ảnh hưởng nhiều tới giá vốn hàng bán thì doanh nghiệp sẽ làm cho vòng quay hàng tồn kho tăng lên. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp tránh được tình trạng ứ đọng VLĐ. Số vòng quay tăng liên tục qua các năm. Hàng tồn kho nhìn chung giảm khiến cho khả năng luân chuyển hàng tồn kho tăng, từ đó giảm hiện tượng ứ đọng vốn, tăng hiệu quả kinh doanh của công ty. Mặc dù là với đặc thù là doanh nghiệp Viễn thông, phải luôn chuẩn bị một lượng thiết bị lớn để ứng cứu và phát triển mạng lưới, đáp ứng nhu cầu khách hàng. Nhưng đơn vị luôn đảm bảo tốt lượng tồn kho vừa đáp ứng kinh doanh, vừa ổn định tình hình tài chính.

(4). Tình hình vốn:

Tình hình huy động vốn của doanh nghiệp có xu hướng giảm theo thời gian, lần lượt: năm 2014 tương ứng 0,95 lần, năm 2015 tương ứng 0,78 lần, năm 2016 tương ứng 0,62. Xu hướng giảm này hoàn toàn phù hợp với hướng phát triển và tính chất đặc thù của ngành Viễn thông: phải đầu tư ban đầu với lượng tài sản có giá trị lớn, khấu hao trong nhiều năm. Vốn giảm đồng nghĩa với chi phí khấu hao giảm, dẫn tới lợi nhuận các năm có xu hướng tăng lên. Điều này hoàn toàn phù hợp với sự phát triển thực tế của doanh nghiệp, với sự phát triển không ngừng, liên tục mở rộng thị trường, khẳng định thương hiệu, giảm chi phí tăng lợi nhuận.

Tổng vốn của công ty tăng dần qua 3 năm gần đây (2013-2016), nợ phải trả và vốn chủ sở hữu cũng biến động tương ứng.

2.4. Đánh giá hiệu quả kinh doanh tại VNPT Hải Phòng

2.4.1. Những kết quả đạt được

Trong những năm qua, mặc dù tính cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt là trong ngành viễn thông ngày càng mạnh mẽ, Viễn thông Hải Phòng đã có những nỗ lực để vượt qua các khó khăn và đạt được những thành tựu đáng kể trong hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm bảo toàn và phát triển vốn của doanh nghiệp, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của mình. Doanh nghiệp đã đạt được những kết quả như sau:

Mặc dù điều kiện cạnh tranh trên thị trường viễn thông ngày càng gay gắt, nhưng lợi nhuận sau thuế của Viễn thông Hải Phòng vẫn duy trì và có sự tăng trưởng ấn tượng qua các năm với tỷ lệ cao. Đây là một kết quả đáng khích lệ.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận doanh thu ngày càng tăng trong thời gian gần đây, trung bình mỗi năm tăng xấp xỉ 2%. Nó cho thấy doanh nghiệp ngày càng giảm được giá vốn hàng bán, tiết kiệm chi phí trong sản xuất để gia tăng thêm lợi nhuận.

Khả năng chiếm dụng vốn của chủ thể khác của doanh nghiệp ngày càng nhiều, nó cho phép doanh nghiệp tận dụng nguồn vốn này cho hoạt động kinh doanh. Đây là nguồn vốn huy động với chi phí cực thấp, nó bổ xung một nguồn vốn quan trọng cho doanh nghiệp.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh (ROA) liên tục tăng. Điều này phản ánh hiệu quả của việc sử dụng vốn kinh doanh đã đem lại những tín hiệu khả quan về lợi nhuận của doanh nghiệp. Chỉ tiêu này của doanh nghiệp chỉ tăng khi lợi nhuận của doanh nghiệp tăng. Nhưng để có được phần lợi nhuận tăng thêm đó, doanh nghiệp cũng phải gia tăng vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Chỉ tiêu này tăng có nghĩa, việc gia tăng vốn kinh

doanh của doanh nghiệp đã đem lại cho doanh nghiệp nhiều lợi nhuận sau thuế hơn.

Bên cạnh chỉ tiết ROA thì chỉ tiêu ROE (tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu) cũng phản ánh những hiệu quả nhất định của việc sử dụng VCSH của doanh nghiệp. Chỉ tiêu REO của doanh nghiệp tăng ổn định, tuy không cao. Nó cho thấy doanh nghiệp đã nỗ lực duy trì sự gia tăng ổn định của chỉ tiêu. Như vậy, cả hai chỉ tiêu quan trọng nhất để đánh giá hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp là ROE và ROA đều khả quan.

Cơ cấu tài sản và nguồn vốn của doanh nghiệp bố trí hợp lý. Khoản nợ phải trả của doanh nghiệp chiếm gần 30% nguồn vốn chứng tỏ doanh nghiệp có đủ khả năng chi trả không bị eo hẹp về tài chính.

Ngoài ra doanh nghiệp cũng chấp hành nghiêm chỉnh mọi quy định hiện hành về quản lý tài chính của nhà nước, công tác báo cáo tài chính được tiến hành thường xuyên song song với việc theo dõi, đánh giá cụ thể về tài chính của doanh nghiệp, doanh nghiệp có nhiều ưu điểm trong việc đảm bảo công ăn việc làm và đời sống của người lao động ngày càng được cải thiện. Thu nhập bình quân của người lao động cũng liên tục tăng năm 2016 đạt mức trung bình 19trđ/người/tháng.

Bên cạnh đó doanh nghiệp cũng thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ với tập đoàn BCVT Việt Nam và cục thuế Hải Phòng về nộp thuế.

Có được kết quả trên là nhờ:

- Là một doanh nghiệp hoạt động lâu năm, đội ngũ cán bộ công nhân viên và lao động giàu kinh nghiệm, thật thà, trình độ quản lý chuyên môn, giàu nhiệt huyết. Trong nội bộ doanh nghiệp, từ ban lãnh đạo đến toàn thể cán bộ công nhân viên đoàn kết, nhiệt tình trong sản xuất kinh doanh.

- Mặc dù thị trường có nhiều biến động, cạnh tranh giữa các doanh nghiệp viễn thông đang ngày khốc liệt nhưng công ty luôn cố gắng đẩy mạnh kinh doanh, đáp ứng nhu cầu khách hàng, hoàn thành kế hoạch đề ra của VNPH Hải phòng nói riêng và Tập đoàn nói chung. Thương hiệu VNPT đã khẳng định được thương hiệu trên thị trường Viễn thông, chất lượng sản phẩm đã được khẳng định, tạo được niềm tin nơi khách hàng với chất lượng sản phẩm cao và ngày càng đa dạng, đáp ứng được nhu cầu phong phú của khách hàng. Mạng lưới đại lý bán hàng đã rộng khắp, thị phần tại Hải Phòng luôn chiếm ưu thế. Chế độ dịch vụ sau bán hàng tốt, đảm bảo chất lượng sản phẩm mà công ty cung cấp cho khách hàng. Nhờ vậy doanh thu tăng đáng kể.

- Cơ sở hạ tầng đang được xây dựng hoàn thiện, đồng bộ, máy móc được mua mới hiện đại, tự động hóa, góp phần nâng cao năng xuất lao động. Đây là cơ sở tốt cho sự phát triển bền vững và lâu dài của doanh nghiệp. Tin học hóa hệ thống quản lý, tăng cường đào tạo cho cán bộ công nhân viên nâng cao trình độ.

2.4.2. Hạn chế

Mặc dù việc sử dụng vốn của doanh nghiệp trong những năm gần đây đạt được những kết quả nhất định, nhưng hiệu quả kinh doanh chưa cao, còn bộc lộ những hạn chế. Những hạn chế này đã có những tác động không tốt đến sự phát triển của doanh nghiệp. các hạn chế bao gồm

- Doanh thu của VNPT Hải Phòng tăng đều qua các năm nhưng một số dịch vụ dịch vụ chưa đáp ứng được sơ với yêu cầu mà Tập đoàn giao so với các đối thủ thủ cạnh tranh trên địa bàn. Cụ thể:

+ VNPT Hải Phòng : 909.459 triệu đồng

+ Viettel Hải Phòng: 1.302.000 triệu đồng

+ Mobiphone Hải Phòng: 809.000 triệu đồng

-Vốn cố định của doanh nghiệp chiếm một tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn của doanh nghiệp. Thực tế doanh nghiệp đã đầu tư quá nhiều vào TSCĐ dẫn đến việc không sử dụng hết công suất máy móc dễ dẫn đến đọng vốn kinh doanh kém hiệu quả.

Viễn thông Hải Phòng áp dụng phương pháp tính khấu hao tuyến tính. Đây là một hạn chế vì trong những năm đầu hiệu suất làm việc của máy móc thiết bị cao hơn nhiều so với những năm tiếp theo mà đặc trưng của thiết bị viễn thông là khấu hao vô hình rất lớn dễ bị lạc hậu về kỹ thuật.

Doanh nghiệp cần quan tâm đến các biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, hiệu quả sử dụng vốn để sử dụng tối đa công suất TSCĐ, vốn thì mới tạo vị thế vững chắc trên thị trường Hải Phòng.

- Công tác quản lý chi phí chưa hiệu quả mặc dù doanh nghiệp đã xây dựng hệ thống các chỉ tiêu chuẩn, định mức sử dụng vật tư, định mức tiêu hao cho từng loại vật tư, thủ tục cấp phát, sử dụng nhưng trong quá trình triển khai thực hiện hệ thống này có một số hạn chế, chưa phù hợp với tình hình thực tế doanh nghiệp.

-Công tác quản lý các khoản phải thu: Công tác thu hồi nợ chưa được quan tâm đúng mức và thực hiện chưa nghiêm ngặt, nợ khó đòi, nợ quá hạn vẫn phát sinh qua các năm. Mặc dù doanh nghiệp đã thực hiện phân loại tuổi nợ để theo dõi nhưng chưa có biện pháp hữu hiệu và giải quyết công nợ khó đòi như: đôn đốc khách hàng trả nợ, gia hạn nợ, thỏa ước xử lý nợ, giảm nợ....hoặc đưa ra tào án kinh tế giải quyết. Doanh nghiệp chỉ mới thực hiện phân loại tuổi nợ mà chưa thường xuyên đánh giá khả năng thu hồi các khoản nợ đó.Vốn của doanh nghiệp còn bị đọng nhiều trong giá trị các khoản phải thu mà chủ yếu là ở khách hàng của doanh nghiệp do 2 yếu tố: Công tác thu

hồi nợ chưa được quan tâm đúng mức và thực hiện chưa nghiêm ngặt, nợ khó đòi, nợ quá hạn vẫn phát sinh qua các năm .

-Công tác quản lý hàng tồn kho: Công tác dự báo thị trường còn nhiều hạn chế dẫn đến việc dự trữ hàng tồn kho nhiều, làm vốn lưu động bị ứ đọng làm giảm trực tiếp hiệu quả sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp. Bên cạnh đó doanh nghiệp chưa xử lý dứt điểm các vật tư ứ đọng hoặc không cần dùng do chất lượng không đảm bảo nhằm thu hồi vốn kinh doanh. Các hoạt động quảng cáo, khuyến mại, chính sách ưu đãi cho khách hàng tiêu dùng sản phẩm của doanh nghiệp chưa được quan tâm nhiều. Đặc biệt trong thị trường cạnh tranh khốc liệt này khi chính sách thương mại hợp lý như giảm giá hàng bán sẽ thu hút thêm khách hàng, giảm hàng tồn kho, tăng vòng quay hàng tồn kho và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

Tỷ trọng nguyên vật liệu trong tổng lượng hàng tồn kho vẫn giữ ở mức cao dẫn đến việc ứ đọng vốn lưu động, ảnh hưởng đến lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp.

-Công tác Marketing còn yếu thể hiện doanh nghiệp chưa xác định được điểm yếu của mình trên thị trường. Các thông tin về đối thủ cạnh tranh, về khách hàng, các chủ đầu tư cũng như về sự biến động của thị trường còn hạn chế.

- Với đặc thù là một ngành Viễn thông có từ rất lâu, bộ máy nhân sự còn cồng kềnh, tuổi đời cao, dẫn đến chi phí tiền lương cao, khó cho việc bố trí nhân sự vào các vị trí như bán hàng, công nghệ thông tin.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI VNPT HẢI PHÒNG TRONG THỜI GIAN TỚI

3.1. Định hướng phát triển của VNPT Hải Phòng trong thời gian tới

Tiếp tục xây dựng và phát triển doanh nghiệp ngày một mạnh hơn. Lấy hiệu quả kinh tế, xã hội làm thước đo chủ yếu cho sự phát triển bền vững. Thực hiện đa dạng hoá ngành nghề, sản phẩm, đầu tư mở rộng quy mô kinh doanh trong các lĩnh vực. Phát huy cao độ mọi nguồn lực để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, giải quyết đủ việc làm. Thực hiện tốt công tác khuyến khích và đãi ngộ người lao động trong doanh nghiệp, duy trì sự vững mạnh của các tổ chức Đảng, Công đoàn, Đoàn thanh niên trong doanh nghiệp và tổ chức các ngày lễ trong năm.

Doanh nghiệp luôn lấy chất lượng sản phẩm dịch vụ là giá trị cốt lõi quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Với quan điểm phát triển “Lấy khoa học công nghệ làm trung tâm, lấy thị trường để định hướng, lấy tăng trưởng làm động lực, lấy chất lượng dịch vụ để cam kết với khách hàng.

Về cơ sở vật chất: Đầu tư nâng cấp hệ thống tài sản cố định toàn viễn thông, tăng năng lực sản xuất dẫn đến tăng cường hiệu quả sản xuất kinh doanh đáp ứng nhu cầu thị trường và đảm bảo chất lượng.

Về xây dựng thương hiệu: Tiếp tục khuyến khích trương, quảng bá thương hiệu. Với thế mạnh là một doanh nghiệp uy tín cung cấp sản phẩm viễn thông trên địa bàn Hải Phòng.

Về nhân lực: Phát huy các thế mạnh sẵn có của doanh nghiệp về năng suất lao động, nguồn nhân lực nhiều kinh nghiệm, nhiệt huyết. Song song với việc đào tạo là tuyển dụng, quản lý, nâng cao nguồn nhân lực. Chuyển dịch từ lao động viễn thông sang thế mạnh về công nghệ thông tin.

Về định hướng sử dụng nguồn vốn: Thực hiện tốt công tác quản lý và thu hồi vốn, trú trọng xây dựng các biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

Chuẩn bị tốt cho công tác cổ phần hóa năm 2018.

Tập trung nghiên cứu triển khai các sản phẩm mới, giữ vững thị phần các sản phẩm truyền thống, đa dạng hóa sản phẩm, đảm bảo phát triển bền vững.

Tiếp tục xây dựng văn hóa doanh nghiệp để tạo dựng hình ảnh doanh nghiệp: Uy tín - Chất lượng - Hiệu quả. Tạo nhận thức sâu sắc bài học truyền thống của ngành: Trung thành – Dũng cảm – Tận tụy – Sáng tạo – Nghĩa tình.

Để thực hiện thắng lợi các mục tiêu, kế hoạch của Tập đoàn giao, VNPT Hải Phòng thực hiện tư tưởng chỉ đạo “Làm thật- Ăn thật” và phương châm hành động “Kỷ cương – Chất lượng – Hiệu quả” của Đảng ủy VTHP. Phát huy các lợi thế của năm trước, khắc phục những hạn chế, yếu kém lấy hiệu quả kinh doanh và lợi ích của VNPT tại địa bàn Hải Phòng làm mục tiêu, thu nhập người lao động làm thước đo để định hướng các hoạt động SXKD. Tiếp tục phấn đấu giữ vững truyền thống là đơn vị sản xuất kinh doanh có hiệu quả và duy trì quy mô tăng trưởng dịch vụ băng rộng trong nhóm đầu của Tập đoàn, phấn đấu tăng trưởng thị phần di động ngang bằng và vượt mức bình quân của Tổng công ty VNPT Vinaphone.

3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh chp VNPT Hải Phòng thời gian tới

3.2.1. Quản lý và sử dụng chi phí hợp lý

3.2.1.1. Cơ sở của biện pháp:

Do tính đặc thù của ngành là dịch vụ Viễn thông nên doanh nghiệp cũng cần phải chú ý việc bảo toàn và phát triển nguồn vốn bằng cách thực

hiện tiết kiệm chi phí nguyên liệu, giảm giá thành dịch vụ sản phẩm, làm tốt công tác phòng ngừa rủi ro trong sản xuất kinh doanh. Đây là giải pháp hữu hiệu để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tăng cường khả năng cạnh tranh.

3.2.1.2: Mục đích của biện pháp

- Nâng cao hiệu quả sử dụng nguyên liệu vật liệu đầu vào (thiết bị Gpon, dây thuê bao,..), góp phần tăng cáo hiệu quả sử dụng chi phí. Xây dựng định mức lao động.

- Tăng khả năng cạnh tranh với doanh nghiệp viễn thông khác.

- Tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.

3.2.1.3: Nội dung của biện pháp

Để quản lý và sử dụng hợp lý các khoản chi phí đầu vào, công ty có thể thực hiện các giải pháp sau:

- Hiện tại, công ty nhập thiết bị đầu cuối (thiết bị Gpon, dây thuê bao ..) chủ yếu từ các công ty CP Thiết bị Bưu điện và công ty CP Cokivina, công ty CP Hasico. Đơn vị cần liên hệ, tìm kiếm thêm với nhiều nhà cung cấp nguyên vật liệu đầu vào để có sự cạnh tranh, lựa chọn được nhà cung ứng tốt nhất cả về chất lượng, giá thành và phí vận chuyển. Tránh bị phụ thuộc vào số ít nguồn cung ứng.

- Tìm kiếm các hợp đồng mua bán kịp thời, chọn thời điểm và giá mua nguyên vật liệu hợp lý. Xác định đúng đắn nhu cầu vốn cho từng chu kỳ sản xuất kinh doanh. Nếu tính không đủ, không đúng nhu cầu vốn sẽ dẫn đến tình trạng thiếu vốn, công ty sẽ gặp phải nhiều khó khăn, sản xuất bị ngưng trệ, hoặc thừa vốn dẫn đến tình trạng lãng phí làm cho tốc độ luân chuyển vốn chậm.

- Đối với nguyên nhiên vật liệu doanh nghiệp cần xây dựng định mức sử dụng nguyên vật liệu, đảm bảo tính khoa học và tiên tiến nhằm giảm thiểu tối đa sự thất thoát, lãng phí, quản lý, cấp phát, sử dụng và thu hồi. Các thủ tục, chính sách đúng đắn, rõ ràng trong việc khai thác, mua sắm, quản lý vật liệu sẽ giúp cho doanh nghiệp giảm được chi phí mua nguyên vật liệu đồng thời đáp ứng được yêu cầu chất lượng dịch vụ.

- Ngoài ra để đảm bảo cho nguồn nguyên vật liệu đầu vào ổn định, doanh nghiệp thay vì mua hàng dàn trải của nhiều nhà cung cấp có điều kiện thanh toán tốt, nên mua tập trung của một nhà cung cấp lớn với các điều khoản thanh toán chặt chẽ hơn nó có thể khiến cho khoản phải trả người bán hàng giảm và làm tăng vòng quay phải trả trên.

- Đối với chi phí chung doanh nghiệp cần có những biện pháp hữu hiệu trong việc áp dụng công nghệ thông tin trong quản lý, quản lý chặt các khoản chi phí tiếp khách, đi công tác... Tiết kiệm chi phí và giảm giá bán ngoài lợi ích trước mắt là tăng lợi nhuận còn có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh, tạo điều kiện phát triển bền vững của doanh nghiệp. Tiến hành trích lập dự phòng rủi ro phù hợp với tình hình doanh nghiệp. Thực hiện phân tích môi trường kinh doanh cũng như hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Có như vậy mới đảm bảo cho nguồn vốn có thể được duy trì và từ đó nhân lên một cách hiệu quả.

Theo dự tính, khi thực hiện quyết liệt và đồng bộ các giải pháp về sử dụng tiết kiệm và hợp lý nguyên vật liệu đầu vào doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được tổng chi phí là:

Bảng 3.1: Giá dây thuê bao của một số nhà cung cấp*Đơn vị tính: Triệu đồng*

STT	Nhà cung cấp	SL/KM	Đơn giá	Thành tiền
1	Công ty Cp Thiết bị Postef	16.000	1,806	28.896
2	Công ty CP Cokivina	16.000	1,796	28.736
3	Công ty CP Thái Bình Dương Việt Nam	16.000	1,450	23.200

Nguồn: Phòng KHKT – VTHP và tác giả tính toán

Bảng 3.2: Giá thiết bị Gpon của một số nhà cung cấp*Đơn vị tính: Triệu đồng*

STT	Nhà cung cấp	SL/cái	Đơn giá	Thành tiền
1	Công ty Cp Hasico	48.000	1,100	52.800
2	Công ty CP ANSV	48.000	0,870	41.760

Nguồn: Phòng KHKT – VTHP và tác giả tính toán

Như vậy, 5 công ty trên đảm bảo thông số kỹ thuật đáp ứng sản xuất. Đơn vị nên bám sát lập kế hoạch SXKD, lập số lượng dây cần dung về Tập đoàn. Tập đoàn sẽ thực hiện đấu thầu tập trung cho tất cả các Viễn thông tỉnh thành. Nếu theo cách này, dự kiến kết quả đầu vào số tiền tiết kiệm được sau khi thực hiện giải pháp này là:

Đối với nguyên vật liệu là dây thuê bao, nếu chọn nhà cung cấp là công ty CP Thái Bình Dương, dự kiến giảm chi phí đầu vào là:

$$28.896 \text{ tr.} - 23.200 \text{ tr.} = 5.696 \text{ (tr. đồng)}$$

Đối với thiết bị Gpon, nếu chọn nhà cung cấp là Công ty CP ANSV, dự kiến giảm chi phí đầu vào là:

52.800 tr. – 41.760 tr. = 11.040 (tr. đồng)

Vậy sau khi thực hiện đồng bộ các biện pháp trên ta có thể tiết kiệm tổng chi phí là: 5.696 tr. đồng + 11.040 tr. đồng = 16.736 (triệu đồng)

Điều này có nghĩa doanh nghiệp sẽ cải thiện được tình hình kinh doanh thông qua việc cắt giảm chi phí đầu vào, tăng lợi nhuận và cải thiện được các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh của VNPT Hải Phòng những năm tới.

3.2.2. Biện pháp gia tăng doanh thu

3.2.2.1. Cơ sở của biện pháp

- Qua thực tiễn kết quả hoạt động kinh doanh trong các năm 2013 - 2016 cho thấy, thị phần của VNPT Hải Phòng trên địa bàn bị mất dần vào tay các đối thủ. Mặc dù thương hiệu VNPT có bề dày lịch sử và VNPT Hải Phòng có sự trung thành của khách hàng trên cơ sở thương hiệu và uy tín của doanh nghiệp. Đây là lợi thế rất lớn của VNPT Hải Phòng so với các đối thủ. Tuy lợi nhuận của VNPT Hải Phòng luôn tăng so với các năm nhưng chưa thực sự phát huy hết nội lực. Những năm gần đây công tác và chính sách dành cho hoạt động marketing của VNPT Hải Phòng đạt hiệu quả không cao. Bên cạnh đó các doanh nghiệp viễn thông-đối thủ cạnh tranh của VNPT Hải Phòng trong thời gian gần đây như Viettel và MobilFone đang thực hiện rất tốt về hoạt động chiêu thị. Việc giữ vững thị phần và phát triển thêm khách hàng đòi hỏi phải nhiều giải pháp nhưng trong luận văn này tác giả đi sâu vào giải pháp là Viễn thông Hải Phòng cần phải thực hiện nhằm hoàn thiện hoạt động Marketing.

- Điểm hạn chế tồn tại cần khắc phục là nguồn tài chính mà VNPT Hải Phòng dành cho công tác quảng cáo còn hạn hẹp, chính sách quảng cáo còn chưa đánh vào tâm lý người dùng và cách thức quảng cáo sản phẩm còn chưa đổi mới chưa chú trọng cách hình thức quảng cáo của thời đại như quảng cáo

trên internet hay hợp tác với các website hay các nhà cung cấp dịch vụ. Ngoài ra công tác khuyến mãi chưa có gì nổi bật so với các đối thủ.

3.2.2.2. Nội dung của biện pháp

- **Về quảng cáo:** Đẩy mạnh hơn nữa công tác quảng bá thương hiệu thông qua phương tiện thông tin đại chúng như: Báo, đài, trang web của VNPT Hải Phòng nhất là trên các trang báo đài có tên tuổi, tăng cường bang rôn áp phích quảng cáo dịch vụ tại các hội nghị hay phong trào. Nhất là quảng bá sản phẩm bằng hình ảnh các phụ kiện có thương hiệu VNPT tặng cho khách hàng. Đẩy mạnh các nội dung thông tin quảng bá dịch vụ một cách có chọn lọc đến tất cả đối tượng khách hàng.

- **Về quan hệ công chúng:** Tăng cường các chính sách chăm sóc khách hàng cũ và tiếp tục tham gia các diễn đàn của doanh nghiệp và các cơ quan ban ngành trong TP nhằm tìm kiếm khách hàng mới. Nhất là các doanh nghiệp nhà nước có mối quan hệ trước đó với VNPT Hải Phòng. Thường xuyên tham gia các sự kiện giới thiệu sản phẩm dịch vụ hay hội chợ nhằm hay các phong trào vì cộng đồng nhất là các chương trình khuyến học hay chăm sóc bà mẹ Việt Nam anh hùng giúp cho xây dựng hình ảnh đối với cộng đồng.

- **Về chính sách khuyến mãi:** Nâng cao tỉ lệ hoa hồng cho các đại lý bán lẻ để giúp các đại lý hoạt động bền vững và đẩy mạnh doanh thu, để các đại lý bán lẻ luôn là 1 khách hàng lớn của VNPT Hải Phòng là biện pháp giúp doanh nghiệp cạnh tranh với các đối thủ. Tạo thêm nhiều gói cước khuyến mại dành cho các thị phần khách hàng được ưu tiên như sinh viên, giáo viên, bác sĩ... nhằm thu hút nhiều thị phần khách hàng so với các đối thủ cạnh tranh hiện nay. Tặng thêm các dịch vụ khác hay máy điện thoại di động khi khách hàng đăng ký các gói cước trả sau hoặc khách hàng là khách hàng doanh nghiệp. Tặng tháng cước sử dụng khi khách hàng trả tiền trước.

- **Về Bán hàng trực tiếp:** Do trước đây VNPT Hải Phòng chỉ chú trọng đến các khách hàng là cơ quan doanh nghiệp của nhà nước vì thế đã để phần lớn thị phần khách hàng ở các khu công nghiệp và dân cư. Tuy nhiên do ngày nay nhiều đối thủ cạnh tranh lớn và công tác bán hàng trực tiếp còn yếu kém vì thế cần cải thiện công tác bán hàng trực tiếp. Đẩy mạnh công tác giới thiệu sản phẩm và bán hàng tại các hội chợ và giới thiệu sản phẩm của TP tổ chức. Tăng cường mở rộng bán hàng trực tiếp tại các khu công nghiệp và dân cư trong địa bàn TP, các trường đại học. Tích cực ghi nhận các ý kiến trực tiếp của khách hàng về dịch vụ của VNPT. Cải thiện hình ảnh nhân viên giao dịch nói riêng và toàn thể nhân viên kinh doanh qua trang phục, thái độ phục vụ... bằng các khoá đào tạo kỹ năng giao tiếp bán hàng. từ đó trực tiếp nâng cao hình ảnh thương hiệu của VNPT. Tổ chức bán hàng lưu động ngoài kênh phân phối là các điểm bán lẻ, điểm ủy quyền, kênh cộng tác viên, đơn vị còn tổ chức cho CNV trực tiếp đi bán.

-**Về tài trợ :** Nhằm nâng cao hình ảnh thương hiệu VNPT Trong xã hội, VNPT Hải Phong đề ra các mục tiêu về hoạt động tài trợ như sau: đến năm 2020 doanh nghiệp luôn giữ vững danh hiệu luôn là Doanh nghiệp đi đầu trong hoạt động tài trợ các chương trình và phong trào xã hội, nhằm đưa thương hiệu vào lòng khách hàng. Xây dựng hình ảnh VNPT không những là thương hiệu của ngành Viễn thông Việt Nam mà còn là thương hiệu luôn được nhắc tới khi TP có phong trào hay các hoạt động từ thiện. Tăng cường tham gia các phong trào xã hội trong viên bằng cách khuyến khích công nhân viên đoàn viên tích cực tham gia các hoạt động xã hội. Như khuyến khích đoàn viên tham gia hoạt động thấp nền nghĩa trang, chung tay góp sức xây dựng chương trình Biên đảo quê hương, lễ hội hoa phượng đỏ, trại trâu Đồ Sơn... Tổ chức và tài trợ các chương trình thể thao nhằm nâng cao thương hiệu hình ảnh của VNPT

Tất cả các giải pháp trên đều nhằm vào hoạt động Marketing của doanh nghiệp, giúp mở rộng thị phần, góp phần tăng doanh thu, tăng lợi nhuận, giữ khách hàng. Tạo nên một VNPT ngày một vững mạnh.

Năm 2018, dự kiến tăng chi phí cho hoạt động quảng cáo, marketing, lên khoảng hơn 12.100 tr đồng .Cụ thể như sau:

Dự kiến chi phí khuyến mại: 4.750 Tr.đồng.

Bảng 3.4: Bảng dự kiến chi phí KM tặng quà cho KH

Đơn vị tính: Triệu đồng

Stt	Nội dung	Số lượng KH	Đơn giá	Thành tiền
1	Tặng máy điện thoại	1.066	0.750	800
2	Tặng quà nạp thẻ vàng	17.000	0.100	1.700
3	Tặng thiết bị Ezcom	3.000	0.750	2.250
	Tổng			4.750

- Dự kiến chi phí chăm sóc khách hàng là **5.580 Tr.đồng**

Bảng 3.5: Bảng dự kiến chi phí chăm sóc khách hàng

Đơn vị tính: Triệu đồng

Stt	Nội dung	Số lượng KH	Đơn giá	Thành tiền
1	Tặng hoa, quà nhân ngày kỷ niệm KH	1.560	0.500	780
2	Chăm sóc khách hàng có DT cao, trung thành tặng voucher	1.733	1.500	2.600
3	Chăm sóc KH tết	2.200	1.000	2.200
	Tổng	-	-	5.580

- Dự kiến tổng chi phí truyền thông, quảng cáo là **1.768 Tr.đồng**

Bảng 3.6: Bảng dự kiến chi phí làm biển quảng cáo*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Stt	Nội dung	Số lượng	Đơn giá/biển	Thành tiền
1	Điểm GD số 4 Lạch Tray	3	30	90
2	Điểm giao dịch số 1 HVT	2	30	60
3	Điểm giao dịch Đà Nẵng	1	30	30
Tổng chi		-	-	180

Bảng 3.7: Bảng dự kiến chi phí thuê và đặt biển quảng cáo*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Stt	Nội dung	Thời gian (tháng)	Đơn giá/tháng	Thành tiền
1	Điểm ngã 3 Sở Dầu	12	10	120
2	Cung văn hóa hữu nghị Việt Tiệp	12	11	132
3	Tại Trung tâm thương mại Vincom	12	13	156
Tổng chi				408

Bảng 3.8: Bảng dự kiến chi phí thuê làm clip và quảng cáo trên truyền hình Hải Phòng*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Stt	Nội dung	Thời gian/giây	Đơn giá	3Lần/tuần/năm	Thành tiền
1	Chi phí làm Clip	30	3.33		100
2	Chi phí QC trên khung h vàng THHP	30	30	36	1.080
	Tổng				1.180

Bảng 3.9: Bảng tổng hợp chi phí QC, KM dự kiến chi*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Stt	Khoản mục	Chi phí	Ghi chú
1	Khuyến mại	4.750	
2	Chăm sóc khách hàng	5.580	
3	Truyền thông quảng bá	1.768	
	Tổng	12.098	

3.2.2.4. Kết quả mong đợi

Căn cứ vào nhu cầu thị trường và giao kế hoạch của Tập đoàn, dự kiến doanh thu tiêu thụ tăng thêm 11%. Cụ thể, doanh thu tăng: $909.459 \times 11\% = 100.040,49$ (tr. đồng).

Bảng 3.10: Dự kiến phân bổ doanh thu*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Stt	Doanh thu	Số tiền	Ghi chú
1	Dịch vụ băng rộng	50.000	
2	Truyền số liệu tăng	10.000	
3	DT Vinaphone	20.000	
4	Các dịch vụ CNTT (VNEdu, VNPTTracking..)	20.040,49	
	Tổng	100.040,49	

Bảng 3.11: Dự kiến kết quả thực hiện biện pháp gia tăng doanh thu*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Stt	Chỉ tiêu	ĐVT	Trước khi thực hiện	Sau khi thực hiện	So sánh	
					Tuyệt đối	%
1	Tổng doanh thu thuần	Tr.đồng	909.459	1.009.499	100.040	11
2	Tổng chi phí	Tr.đồng	748.476	760.576	12.098	1,58
3	Lợi nhuận sau thuế	Tr.đồng	140.417	186.692	46.274	32,4
4	ROA	Lần	0,27	0,35	0,08	29,62
5	ROE	Lần	0,38	0,49	0,11	28,94

Như vậy sau khi áp dụng biện pháp ta thấy doanh thu bán hàng tăng, lượng hàng tồn kho đã giảm, lợi nhuận sau thuế tăng kéo theo đó là các chỉ ROA, ROE tăng đáng kể.

3.2.3. Một số giải pháp khác

3.2.3.1. Giải pháp hạ giá thành sản phẩm - dịch vụ

Thị trường viễn thông cạnh tranh khốc liệt, các nhà cung cấp dịch vụ đã sử dụng chính sách giá thấp để cạnh tranh với các đối thủ trong cùng ngành. Trong đó có Viettel đang thực hiện rất tốt điều này. Chính vì điều này đã dẫn đến nguy cơ các doanh nghiệp viễn thông đều thua lỗ và có thể phá sản nếu như không có những giải pháp giảm giá thành sản phẩm. Với VNPT Hải Phòng để giảm giá thành sản phẩm dịch vụ qua đó tăng lợi thế so sánh về giá đồng thời gia tăng lợi nhuận cần thực hiện các việc sau đây: Tiết kiệm chi phí quản lý, sản xuất: tiến hành giao khoán chi phí đối với các công đoạn sản xuất, giảm chi phí ở từng khâu từng bộ phận. Xây dựng định mức tiêu hao nguyên vật liệu sát với nhu cầu thực tế cần thiết và ngày càng hiệu chỉnh cho phù hợp hơn. Trong hệ thống viễn thông, nhiều dịch vụ được cung cấp nên tích hợp nhiều nhiều dịch vụ vào 1 gói cước khuyến mãi hay nhiều gói cước theo khoảng thời gian đàm thoại để gia tăng tính cạnh tranh. Vì vậy để tính giá thành sản phẩm gói cước cần định lượng tỷ lệ chi phí giữa các dịch vụ. Từ đó có kế hoạch tiết kiệm chi phí trong quá trình cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Xây dựng phong trào thi đua sản xuất tiết kiệm giữa các đơn vị, tuyên dương và khen thưởng những đơn vị làm tốt đồng thời nhân rộng trong toàn doanh nghiệp.

3.2.3.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là một nguồn lực quan trọng nhất để góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của VNPT Hải Phòng. Qua phân tích trên cho thấy: nguồn nhân lực của đơn vị có một thế mạnh rất lớn đó là kinh nghiệm lâu năm, chính lực lượng này sẽ truyền thụ lại cho các thế hệ sau kiến thức và kinh nghiệm trong công tác nghiệp vụ và quản lý. Tuy nhiên, cũng có nhược điểm là số lượng CBCNV chủ yếu tập trung ở khối kỹ thuật chiếm khoảng 60%. Năng suất lao động của CBCNV chưa cao hơn so với các doanh nghiệp cùng ngành. Công tác đề bạt, bổ nhiệm lãnh đạo các cơ sở chưa có các tiêu chuẩn rõ ràng. Đồng thời, công tác đánh giá kết quả công việc còn mang tính bình quân. Chính vì những yếu tố đó, Để nâng cao chất lượng quản trị nguồn nhân lực, VNPT Hải Phòng cần thực hiện ngay các công việc sau:

Thứ nhất: phải xây dựng bảng phân tích công việc và bảng tiêu chuẩn côngviệc xuất phát từ thực tế, để từ đó có những tiêu chí để tuyển chọn nhân sự và bố trí nhân sự một cách hợp lý nhất.

Thứ hai: về công tác tuyển chọn nhân viên và cán bộ quản lý phải dựa vào bảng phân tích công việc và tiêu chuẩn công việc để lựa chọn những ứng viên phù hợp nhất và trong quá trình phỏng vấn cần phải thực hiện minh bạch, công khai.

Thứ ba: đẩy mạnh công tác đào tạo chuyên môn kinh tế và năng lực quản trị. Như ta biết đào tạo và nâng cao năng lực chuyên môn cho mọi cán bộ nhân viên, đặc biệt là cấp lãnh đạo và cán bộ quản lý. Đây là khâu duy nhất tạo ra những nhân tố lao động tốt hơn.

Thứ tư: phải có chế độ lương, thưởng hợp lý và công bằng. Cơ chế khen thưởng cũng phải xét người đóng góp nhiều, người đóng góp ít, không được bình quân. Phải áp dụng chế độ trả lương theo 3PS .Cụ thể:

+ Module Giao – Nhận & Đánh giá BSC thay thế hình thức giao, đánh giá BSC/KPI thủ công, các chỉ tiêu và kết quả đánh giá được cập nhật trực tuyến đến tận người lao động qua đó đảm bảo việc đánh giá công khai, minh bạch, tạo động lực cho người lao động.

+ Triển khai module Outbound trên hệ thống phần mềm ĐHSX Vùng nhằm phân đoạn trách nhiệm của các đơn vị, cá nhân tham gia từng khâu theo chuỗi giá trị trong việc đánh giá độ hài lòng khách hàng từ đó xác định được khâu nào còn yếu để có biện pháp khắc phục, nâng cao.

+ Xây dựng phần mềm giao nhận việc cho nhân viên bảo dưỡng và nhân viên kỹ thuật ứng cứu trên thiết bị Smartphone nhằm quản lý công việc theo dõi được tiến trình và đánh giá, xếp hạng kết quả thực hiện, đảm bảo công bằng, minh bạch, khích lệ được người lao động có tay nghề cao.

Thứ năm: phải có chế độ thu hút và giữ nhân tài, vì hiện nay một số cán bộ công nhân viên có kinh nghiệm và trình độ đang có chiều hướng chuyển ngành hoặc chuyển qua doanh nghiệp viễn thông khác. Do đó, doanh nghiệp cần phải có chế độ đãi ngộ nhân tài thích đáng, để giữ chân những cán bộ, nhân viên giỏi.

Thứ sáu: Xây dựng đội ngũ lãnh đạo, cán bộ quản lý của VNPT Hải Phòng có nhận thức sâu sắc về ý nghĩa, vai trò và tầm quan trọng của công tác quản trị nguồn nhân lực để tạo nên sự khác biệt to lớn trong việc phát huy nguồn lực con người, hướng đến thành công chung của toàn đơn vị. Trong đó, Trưởng các đơn vị cơ sở cần lưu tâm quan sát đến diễn biến tâm lý nhân viên, thông cảm với nhu cầu, nguyện vọng của họ để thống nhất mục đích, lợi ích của nhân viên với mục đích lợi ích của tổ chức.

Thứ bảy: Để tăng năng suất lao động của VNPT Hải Phòng, ngoài các giải pháp tăng doanh thu. Việc cơ cấu lại lao động là cần thiết, vì trong quá

trình hình thành và phát triển của đơn vị, số lượng lao động tuyền vào là khá đông. Chính từ việc này dẫn đến bộ máy công kênh, các công việc phải qua nhiều bộ phận, cá nhân thực hiện làm giảm hiệu quả trong sản xuất kinh doanh. Thực hiện sự chuyển dịch sang tăng cường nhân sự cho công nghệ thông tin, theo đúng chủ chương của Tập đoàn.

Hiệu quả của giải các pháp này: giúp doanh nghiệp tăng tính chủ động cho đơn vị và các Trung tâm cơ sở trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Ngoài ra, hoạt động của bộ máy tinh gọn, nhanh chóng hơn trong việc cung cấp dịch vụ viễn thông cho khách hàng. Từ đó nâng cao sức cạnh tranh trong kinh doanh dịch vụ viễn thông. Giảm chi phí nhân công, tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp, tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh.

3.2.3.3. Kiến Nghị

Kiến nghị với Tập đoàn VNPT

- Tập đoàn sớm hoàn thiện đề án tái cấu trúc. Hiện nay, nên từng bước thực hiện chuyển đổi các trung tâm trực thuộc VNPT tỉnh/thành thành trực thuộc 3 tổng công ty của tập đoàn từ mô hình hạch toán phụ thuộc sang hạch toán độc lập để tăng quyền chủ động và tự chịu trách nhiệm với hiệu quả hoạt động của các đơn vị. Các quan hệ nội bộ giữa các thành viên Tập đoàn chuyển qua hình thức quan hệ hợp đồng kinh tế. Trên cơ sở đó, các đơn vị thành viên được Tập đoàn giao vốn và tài sản sẽ chủ động trong việc kinh doanh, kết quả đánh giá sẽ dựa trên tiêu chí lợi nhuận nộp về Tập đoàn. Để nhanh chóng tiến tới Cổ phần hóa trong năm 2018.

- Đẩy mạnh hơn nữa trong công tác nghiên cứu phát triển hoặc hợp tác với các Tập đoàn viễn thông nước ngoài trong việc sản xuất các thiết bị đầu cuối như thiết bị USB 3G, điện thoại di động . . . nhằm giảm giá thành sản phẩm dịch vụ cung cấp dịch vụ cho khách hàng.

- Hoàn thiện công tác tổ chức, xây dựng và khai thác cơ sở dữ liệu chung của Tập đoàn nhằm phổ biến thông tin khoa học kỹ thuật, công nghệ, quản lý, kinh doanh, thông tin thị trường, thông tin đối thủ cạnh tranh . . . phục vụ việc khảo sát, nghiên cứu và vận dụng vào thực tiễn tại các đơn vị. Tất cả các dữ liệu được theo dõi trên phần mềm, tin học hóa công tác quản lý .

- Tăng cường sự độc lập trong công tác đầu tư XD CB, quyết định giá cước, . . cho các VNPT tỉnh thành. Tuy nhiên đầu tư phát triển mạng lưới là khoản chi khá lớn, trong bối cảnh thị trường hiện nay, hơn bao giờ hết việc đầu tư cần xem xét thận trọng trên nguyên tắc đầu tư đi đôi với hiệu quả, tránh đầu tư dàn trải, lãng phí và đặc biệt phải phù hợp với lợi ích, chiến lược chung của Tập đoàn. Nếu công tác đầu tư tốt sẽ giúp giảm được chi phí và kéo theo hỗ trợ được kinh doanh, tăng doanh thu, tăng lợi nhuận cho đơn vị.

- Có chế độ đãi ngộ, hỗ trợ học phí đối với các cán bộ công nhân đang theo học các chương trình đào tạo sau đại học, ngoại ngữ và đặc biệt với các CBCNV có bằng cấp sau đại học phục vụ tốt cho công tác chuyên môn nghiệp vụ sẽ được nâng

Kiến nghị với địa phương và Nhà nước:

Như chúng ta đã biết, Viễn thông là một trong những ngành thuộc cơ cấu hạ tầng của nền kinh tế quốc dân, việc hình thành và phát triển các khu công nghiệp, khu dân cư, khu đô thị . . . Trong quá trình xây dựng, ngành viễn thông cần được tham gia quy hoạch để có kế hoạch phát triển mạng lưới phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế tại địa phương. Chủ trì làm việc với các đơn vị liên quan đến dùng chung hạ tầng, đặc biệt là trụ điện trên các tuyến đường cũng như hệ thống cống bể. Qua đó xây dựng đơn giá cho thuê hợp lý nhằm đảm bảo hiệu quả hoạt động của các đơn vị kinh doanh. Đồng thời đảm bảo vệ mỹ quan đô thị và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn nhà nước.

Trong các dự án mở hạ tầng giao thông, ảnh hưởng đến hệ thống viễn thông hiện hữu. UBND TP, cần có sự hỗ trợ sớm giải phóng mặt bằng để thuận lợi trong việc di dời hạ tầng viễn thông nhằm bàn giao mặt bằng cho đơn vị thi công đường. Qua đó không làm ảnh hưởng đến tiến độ của UBND TP đề ra. Đồng thời có chính sách hỗ trợ tài chính đối việc di dời, giảm thiểu chi phí cho doanh nghiệp. Hỗ trợ giải ngân nhanh vốn ngân sách với các công trình di dời, để đơn vị thanh quyết toán kịp thời trong năm tài chính.

Đối với ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng và Sở kế hoạch đầu tư thành phố cần cung cấp thông tin chính xác, công khai các dự án, quy hoạch một cách nhanh chóng, chính xác giúp cho doanh nghiệp có kế hoạch phát triển đúng đắn. Tránh tình trạng quy hoạch bừa bãi, các dự án không được công khai rõ ràng. Điều đó sẽ khiến việc định hướng mở rộng sản xuất của doanh nghiệp gặp khó khăn.

Nhà nước cũng cần có các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp trong việc thu hồi các khoản nợ khó đòi, các khoản thu quá hạn, nó có thể được thể hiện bằng các văn bản dưới luật. Những điều này giúp cho doanh nghiệp có thể chủ động được nguồn vốn của mình trong kinh doanh.

Tạo điều kiện trong việc huy động và sử dụng vốn trong các doanh nghiệp. Nhà nước là người nắm giữ vai trò quan sát cần thực hiện một số công việc như: triển khai việc đánh giá hệ số tín nhiệm đối với các doanh nghiệp, từ áp dụng những ưu đãi với các mức độ khác nhau đối với từng doanh nghiệp, những doanh nghiệp có hệ số tín nhiệm cao sẽ được ưu tiên hơn trong vấn đề vay vốn nhằm đảm bảo được số vốn cần thiết trong kinh doanh. Điều này được biểu hiện qua hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Ngoài ra thì Nhà nước cũng cần xây dựng những nguyên tắc trong việc tổ chức thủ tục hành chính sao cho gọn, nhanh và đúng luật pháp. Điều

này sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp thuận lợi khi muốn mở rộng hay đầu tư vào lĩnh vực kinh doanh.

KẾT LUẬN

Trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh, và tại bất cứ thời điểm nào nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh luôn là đòi hỏi cấp thiết, là mối quan tâm hàng đầu của mỗi doanh nghiệp. Nâng cao hiệu quả sử dụng sản xuất kinh doanh luôn là mục tiêu phấn đấu, có ý nghĩa rất quan trọng, nó giúp VNPT Hải Phòng phát huy được mọi nguồn lực sẵn có để tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao, giảm giá thành, tăng doanh thu và tăng lợi nhuận.

VNPT Hải Phòng là chi nhánh của Tập đoàn VNPT tại TP Hải Phòng, chịu trách nhiệm quản lý điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh các dịch vụ viễn thông trên địa bàn. Trong giai đoạn vừa qua sự phát triển nhanh chóng của các doanh nghiệp viễn thông, đặc biệt là Viettel, đòi hỏi VNPT Hải Phòng cần có những giải pháp hiệu quả để gia tăng lợi thế và giữ vững thị phần.

Dựa vào việc tìm hiểu và phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong giai đoạn 2013 – 2016, em đã mạnh dạn đưa ra một số biện pháp góp phần cải thiện hiệu quả sản xuất kinh doanh của VNPT Hải Phòng trong thời gian tới. Trên nền tảng lâu năm cùng với thương hiệu của VNPT đã được khẳng định trên thị trường và sự đồng lòng chung sức của toàn thể cán bộ công nhân viên trong công ty, việc áp dụng các biện pháp sử dụng tiết kiệm, hợp lý và hiệu quả các nhân tố đầu vào và việc tích cực đẩy mạnh tiêu thụ sẽ giúp VNPT Hải Phòng nói riêng và Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam nói chung sẽ ngày càng vươn xa nữa trong tương lai, vươn ra thị trường quốc tế.

Bằng những kiến thức được học ở nhà trường và qua quá trình thực tập, khảo sát thực tế hoạt động sản xuất kinh doanh tại VNTP Hải Phòng em đã cố gắng hoàn thiện bài khóa luận này.

Tuy nhiên, do hạn chế về thời gian và kiến thức thực tế nên bài viết còn nhiều thiếu sót, em rất mong sự góp ý của các thầy cô giáo để bài khóa luận được hoàn thiện hơn. Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn TS. Hoàng Chí Cương, cùng sự giúp đỡ của tập thể cán bộ VNPT Hải Phòng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Quyết Tiến (2013), *Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Xây dựng và Thương mại 423*, Luận văn Thạc sĩ, Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội.
2. Trương Thanh Tú (2010), *Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh dịch vụ trên mạng điện thoại cố định của VNPT Hà Nội*, Luận văn Thạc sĩ.
3. TS. Phạm Thị Thủy và ThS. Nguyễn Thị Lan Anh. (Quantri.vn Biên tập và hệ thống hóa).
4. Võ Việt Chương (2015), *Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hà Tĩnh*, Luận văn Thạc sĩ, Đại học Quốc gia Hà Nội.
4. Đoàn Thị Nhật Hồng (2014), *Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty Cổ phần SIMCO Sông Đà*, Luận văn Thạc sĩ, Học viện Công nghệ Bru chính Viễn thông.
5. Tác giả Lê Thị Hoa (2016), *Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty TNHH Tâm Chiến*, Luận văn Đại học, ĐHDL Hải Phòng.
<<http://luanvanaz.com/khai-niem-hieu-qua-kinh-doanh.html>> .
6. TS. Phạm Thị Thủy và ThS. Nguyễn Thị Lan Anh. < <http://Quantri.vn> Biên tập và hệ thống hóa >.
7. PGS. TS. Ngô Thế Chi (2001), *Đọc, lập, phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp*, NXB Thống kê.
Các tài liệu, văn bản về “Quy chế hoạt động, nội quy đơn vị” của VNPT Hải Phòng.

PHỤ LỤC

BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN VNPT HẢI PHÒNG

Đơn vị tính: Triệu đồng

CHỈ TIÊU	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	1.434.120	1.549.577	1.171.564	846.333
I- Tiền và các khoản tương đương tiền	75.410	190.249	109.825	72.877
1. Tiền	75.410	190.249	109.825	72.877
III- Các khoản phải thu ngắn hạn	1.113.299	1.057.747	863.908	676.406
1. Phải thu khách hàng	976.636	913.010	796.425	695.726
2. Trả trước cho người bán	24.409	63.078	87.145	6.671
3. Các khoản phải thu khác	161.839	107.352	78.937	98.594
4 Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi (*)	-49.585	-25.693	-98.599	-124.585
IV- Hàng tồn kho	192.636	246.576	139.660	63.005
1. Hàng tồn kho	207.755	276.695	161.693	90.902
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho(*)	-15.118	-30.118	-22.033	-27.897
V- Tài sản ngắn hạn khác	52.775	55.005	58.171	34.046
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	45.913	43.234	49.283	24.986
2. Tài sản ngắn hạn khác	6.862	11.771	8.888	9.059
B. TÀI SẢN DÀI HẠN	7.002.705	6.433.564	5.401.469	4.364.112
I- Các khoản phải thu dài hạn	0	0	0	0
II- Tài sản cố định	6.717.174	6.291.710	5.275.362	4.163.378
1. Tài sản cố định hữu hình	6.598.346	6.094.106	5.155.703	4.085.115
- Nguyên giá	17.037.187	17.665.490	17.834.318	17.779.433
- Giá trị hao mòn lũy kế	-10.438.841	-11.571.385	-12.678.614	-13.694.318
2. Tài sản cố định vô hình	3.898	65.333	65.180	68.025
- Nguyên giá	26.814	91.994	91.994	95.471
- Giá trị hao mòn lũy kế(*)	-22.915	-26.661	-26.814	-27.446

3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	114.930	132.271	54.478	10.237
III- Tài sản dài hạn khác	285.531	141.854	126.107	200.734
1. Chi phí trả trước dài hạn	285.531	141.854	126.107	200.734
Tổng cộng tài sản	8.436.825	7.983.141	6.573.033	5.210.445
A. NỢ PHẢI TRẢ	2.702.025	2.688.843	1.834.568	1.473.402
I. Nợ ngắn hạn	2.488.481	2.534.333	1.742.213	1.471.731
1. Vay và nợ ngắn hạn		47.160	47.160	0
2. Phải trả người bán	352.695	279.536	268.852	125.151
3. Người mua trả tiền trước	34.676	33.836	49.665	31.696
4. Thuế và các khoản phải nộp nhà nước	79.421	27.833	46.325	41.553
5. Phải trả người lao động	126.429	255.442	369.650	456.129
6. Chi phí phải trả	70.603	129.471	103.023	91.634
7. Phải trả nội bộ	1.679.460	1.644.449	634.784	596.944
Phải trả giữa Tập đoàn và đơn vị	1.584.941	1.479.491	583.304	596.883
Phải trả giữa đơn vị và đơn vị trực thuộc				0
Phải trả nội bộ khác	94.519	164.958	51.480	60
8. Phải trả theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng				0
9. Các khoản phải trả, phải nộp khác	122.166	86.299	148.837	112.119
10. Dự phòng phải trả ngắn hạn				0
11. Quỹ khen thưởng phúc lợi	23.031	30.307	73.917	16.505
II. Nợ dài hạn	213.545	154.509	92.355	1.672
1. Phải trả dài hạn người bán				0
2. Phải trả dài hạn nội bộ				0
3. Phải trả dài hạn khác				0
4. Vay và nợ dài hạn	197.079	133.821	86.661	0
5. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả				0
6. Dự phòng trợ cấp mất việc làm	10.299	10.299		0
7. Dự phòng phải trả dài hạn				0
8. Doanh thu chưa thực hiện	6.168	10.390	5.694	1.672

9. Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ				0
B. VỐN CHỦ SỞ HỮU	5.734.799	5.294.298	4.738.465	3.737.042
I. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	5.734.799	5.294.298	4.738.465	3.737.042
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	5.722.886	5.280.658	4.738.465	3.737.042
Ngân sách	45.997	16.878	7.366	17.687
Tự bổ sung	5.676.889	5.263.779	4.731.098	3.719.355
+ Của Tập đoàn	5.267.599	4.935.999	4.474.354	3.527.344
+ Của đơn vị	409.290	327.780	256.745	192.011
2. Vốn khác của chủ sở hữu				0
3. Chênh lệch đánh giá lại tài sản				0
4. Chênh lệch tỷ giá hối đoái				0
5. Quỹ đầu tư phát triển	9.336	11.063		0
6. Quỹ dự phòng tài chính				0
7. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu				0
8. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối				0
9. Nguồn vốn đầu tư XDCB	2.578	2.578		0
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	8.436.825	7.983.141	6.573.033	5.210.445

Nguồn : Phòng KHKT- VNPT Hải Phòng